

Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman: Analisis Peran Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta

Muhammad Lucky P,
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: Muhammadlucky680@gmail.com¹,

Abstrak: Industri makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat, terutama dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk. Hal ini juga mendorong laju permintaan produk halal khususnya pada produk makanan dan minuman halal yang menjadi kebutuhan primer umat Muslim. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian atas produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. Dalam penelitian ini Rocket Chicken dirasa menjadi menjadi objek penelitian yang sangat potensial karena merupakan salah satu jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkembang yang bergerak dibidang kuliner. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Regresi Linier Berganda dengan mengambil 66 responden dengan bantuan olah data menggunakan perangkat lunak Eviews 10. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sertifikasi halal dan harga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. Sedangkan secara terpisah hanya variabel kualitas produk yang tidak signifikan. Maka dari itu pelaku UMKM pada Rocket Chicken Cabang Yogyakarta harus memperoleh sertifikasi halal, memperhatikan kualitas produk dan harga untuk meningkatkan daya beli konsumen atas produknya.

Kata Kunci : *Sertifikasi Halal; Kualitas Produk; Harga; Rocket Chicken*

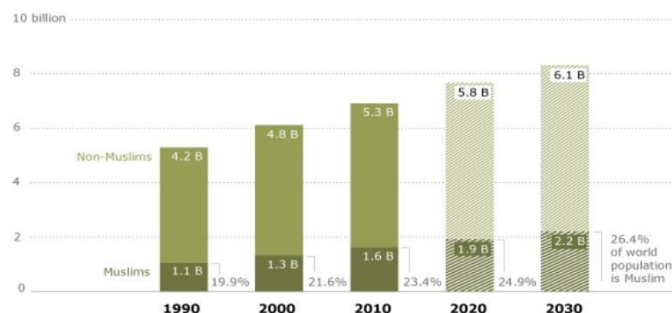
Abstract: The food and beverage industry in Indonesia has experienced rapid development, especially with increasing consumer awareness of halal products. This also drives up the demand for halal products, especially halal food and beverage products, which are the primary needs of Muslims. Therefore, this research aims to examine the influence of halal certification, product quality and price on purchasing decisions for food and beverage products at Rocket Chicken Yogyakarta Branch. In this research, Rocket Chicken is considered to be a very potential research object because it is one of the developing types of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which operates in the culinary sector. The method used in this research is the Multiple Linear Regression model by taking 66 respondents with the help of data processing using Eviews 10 software. The results of this research prove that halal certification and price have a significant influence on food and beverage purchasing decisions at Rocket Chicken Branch Yogyakarta. Meanwhile, separately, only the product quality variable was not significant. Therefore, MSMEs at Rocket Chicken Yogyakarta Branch must obtain halal certification, pay attention to product quality and price to increase consumer purchasing power for their products.

Keywords : *Halal Certification,; Product Quality; Price; Rocket Chicken*

A. Pendahuluan

Secara global populasi Muslim di Indonesia selalu meningkat. Sejalan dengan perkembangan keinginan dan permintaan akan produk halal yang semakin meningkat juga. Khususnya pada sektor makanan dan minuman yang halal karena itu merupakan kegiatan

konsumsi seseorang Muslim yang tidak akan pernah punah. Menurut data Global Islamic Economy populasi muslim saat ini bisa diperkirakan akan meningkat dari 1,6 miliar pada tahun 2020 sekitar 35% dalam kurun waktu 20 tahun kedepan dan akan naik lagi di tahun 2030 menjadi 2,2 miliar.



Gambar 1. Muslim as a Share World Population, 1990-2030

Sumber: Paw forum on religion & public

Perindustrian makanan dan minuman halal inilah yang mencuri perhatian negara-negara yang mayoritasnya Muslim di Indonesia khususnya. Dapat kita ketahui Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Bagi umat Islam, makanan dan minuman merupakan persoalan yang mendapat perhatian didalam kitab-kitab fikih. Hal penting yang harus diperhatikan setiap Muslim dalam mengkonsumsi makanan adalah memastikan bahwa makanan tersebut merupakan makanan halal dan baik (halalan thayyiban). Hal tersebut sebagaimana diperintahkan Allah Swt. Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2) ayat 168.¹ Terlebih lagi pada sektor makanan dan minuman halal yang tak terlepas dari kegiatan konsumsi seorang Muslim karena merupakan kebutuhan primer yang harus senantiasa terpenuhi.

Industri makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat, terutama dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk. Sertifikasi halal menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen, terutama di kota-kota besar seperti Yogyakarta.² Salah satu pelaku usaha yang mencoba memanfaatkan tren ini adalah Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. Rocket Chicken merupakan waralaba yang dikenal dengan konsep restoran cepat saji yang menawarkan produk makanan dan minuman dengan cita rasa yang unik dan inovatif. Dalam konteks ini, sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga menjadi faktor-faktor yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta.

Sertifikasi halal menjadi penting karena mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, dan kehalalan produk menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks makanan dan minuman, sertifikasi halal menjadi jaminan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ajaran agama.³ Selain kehalalan, kualitas produk juga menjadi aspek yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian.⁴ Konsumen modern cenderung mencari

¹ S.N. Azizah, *Towards Halal* (Expose, 2023), <https://books.google.co.id/books?id=zGimEAAAQBAJ>. 2 Ridwan Arifin, 'Legal Analysis of Halal Product Guarantee for Development of Small and Medium Enterprises (SMEs) Business in Indonesia', *Jurnal Hukum Islam* 18, no. 1 (2020): 121–36.

² S Purnamasari and Purnama Rozak, 'Positioning Analysis of Chicken Rocket Mapping at Fast Food Restaurant Manarap Branch Banjarmasin', *East Asian Journal of Multidisciplinary Research* 1, no. 1 (2022): 1–12.

³ Musyifikah Ilyas, 'Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat', *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam* 4, no. 2 (2017): 357–76..

⁴ Arie Achmad Akbar, Un Dini Imran, And Ali Murdhani Ngandoh, 'Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Cotomangkasara Di Makassar', *Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 3 (2023): 326–37.

pengalaman kuliner yang unik dan berkualitas. Oleh karena itu, kualitas rasa, presentasi, dan bahan baku menjadi faktor-faktor diferensiasi yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Meskipun kualitas produk dan sertifikasi halal penting, faktor harga juga tidak dapat diabaikan. Konsumen cenderung mempertimbangkan nilai uang dari produk yang mereka beli.⁵ Oleh karena itu, hubungan antara harga dengan kualitas produk dan kehalalan menjadi dinamika yang menarik untuk diinvestigasi.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menginvestigasi pengaruh faktor-faktor seperti sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman di berbagai konteks bisnis. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Isje Pradina dan Ade Nur Rohim dengan penelitian pengaruh label halal, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, dan Tangerang (kota-kota di Indonesia).

Hasil yang ditemukan dari penelitian ini adalah semua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan, dan secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan.⁶ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Haruna Babatunde Jaiyeoba, dkk dengan judul Tanda sertifikasi halal, merek kualitas, dan kesadaran Apakah mereka mempengaruhi keputusan pembelian Konsumen Nigeria?. Hasil dari Penelitian ini menemukan bahwa tanda sertifikasi halal dan kualitas merek halal adalah yang paling berpengaruh faktor yang berkontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen di Nigeria.⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu belum terdapat penelitian yang secara khusus membahas fenomena ini di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta, namun penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan wawasan mengenai dampak faktor-faktor tersebut terhadap preferensi dan perilaku konsumen dalam industri makanan dan minuman. Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena sebagai kota pendidikan dan pariwisata, memiliki tingkat diversitas konsumen yang tinggi. Oleh karena itu, diambil penelitian dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Miuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta”.

Dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. Dengan pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pemilik bisnis dan pengusaha di industri makanan dan minuman dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan kepuasan konsumen.

B. Landasan Teori

1. Konsep Halal

Kata “Halal” berarti diperbolehkan atau halal menurut hukum Islam. Ini mengacu pada makanan atau produk dikonsumsi oleh umat Islam. Halal bila digunakan berkaitan dengan

⁵ Rizza Anggita and Hapzi Ali, ‘The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)’, *Scholars Bulletin* 3, no. 6 (2017): 261–72.

⁶ Isje Pradina and Ade Nur Rohim, ‘The Effect Of Halal Label Product Quality And Service Quality On Purchase Decisions’, *International Journal of Business Reflections* 3, no. 2 (2023).

⁷ Haruna Babatunde Jaiyeoba, Moha Asri Abdullah, and Abdul Razak Dzuljastri, ‘Halal Certification Mark, Brand Quality, and Awareness: Do They Influence Buying Decisions of Nigerian Consumers?’, *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (2020): 1657–70

makanan dalam bentuk apapun dalam rangka perdagangan atau usaha sebagai bagian dari uraian perdagangan, diterapkan pada halal produk makanan atau minuman.⁸

Konsep Halal, tidak hanya mencakup persyaratan syariah, namun juga konsep keberlanjutan dari aspek kebersihan, sanitasi dan keamanan, membuat makanan halal mudah diterima oleh konsumen yang peduli terhadap keamanan pangan dan gaya hidup sehat.⁹

2. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah kehalalan terhadap produk tersebut tergantung pada terpenuhinya atau tidaknya sertifikasi halal tersebut.¹⁰ Sertifikasi halal menjadi hal yang paling diutamakan bagi pelaku usaha sehingga menarik minat beli konsumen terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan. Pelaku usaha yang ingin produknya memiliki sertifikasi halal harus melibatkan 3 pihak yang terkait sebagai lembaga pemeriksa halal (LPH) yaitu BPJPH, LPPOM dan MUI.¹¹ Berikut skema proses permohonan sertifikasi halal kerja sama antara BPJPH, LPH dan MUI:



Gambar 2. Skema Permohonan Sertifikasi Halal

Sumber: Kementerian Agama Indonesia

Berdasarkan skema permohonan sertifikasi halal diatas pelaku usaha wajib melakukan beberapa syarat yaitu sebagai berikut:

- produk dan proses produksi tidak beresiko atau dapat dipastikan bahan yang digunakan sudah terbukti kehalalannya.
- Harus mempunyai Nomor Induk Berusaha (NIB)
- Tempat, dan alat saat produksi harus beda jauh dari lokasi produk yang tidak halal.
- Bahan yang digunakan tidak berbahaya atau aman untuk di konsumsi menggunakan bahan berbahaya
- Melaporkan jika terjadi perubahan komposisi bahan yang digunakan dalam produk kepada BPJPH.¹²

⁸ Abdul Raufu Ambali and Ahmad Naqiyuddin Bakar, 'People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers', *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 3–25.

⁹ Rizza Anggita and Hapzi Ali, 'The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)', *Scholars Bulletin* 3, no. 6 (2017): 261–72.

¹⁰ Kasmarini Baharuddin et al., 'Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 5, no. 2 (2015): 170

¹¹ KN Sofyan Hasan, 'Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan', *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (2014): 227–38..

¹² Neneng Konety, Chandra Purnama, and Monita Hizma Adilla, 'Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan', *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2018): 31–49..

Pelaku usaha yang telah di verifikasi kehalalannya lalu mendapatkan sertifikasi halal maka ditetapkan masa berlakunya selama empat tahun sejak diterbitkannya sertifikat halal tersebut. Bagi pelaku usaha yang masa berlaku sertifikasi halalnya sudah habis maka di haruskan untuk memperpanjang masa sertifikatnya yaitu dengan minimal waktu pengajuan tiga bulan sebelum tanggal sertifikat tersebut berakhir. Kewenangan MUI Pasca Terbitnya PP No. 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen. Konsumen lebih memilih produk yang kualitasnya baik sehingga peningkatan kualitas dari produk tertentu menjadi hal yang sangat penting¹³. Kualitas produk makanan dan minuman sangat penting untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi merek. Kualitas produk tergantung pada bahan baku, proses produksi, dan standar keamanan dan kesehatan yang diterapkan oleh industri makanan dan minuman. Mereka harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman dikonsumsi dan sesuai dengan standar kualitas yang telah diterapkan. Terkadang, ada perdebatan terkait bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan makanan dan minuman yang belum jelas status kehalalannya. Hal ini memerlukan perhatian khusus agar industri dapat memastikan kesesuaian dengan prinsip halal.

4. Harga

Harga sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Didalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen.¹⁴

Harga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian, terutama untuk produk yang sering dibeli, dan pada gilirannya mempengaruhi pilihan toko, produk, dan merek mana yang akan dibeli.¹⁵

5. Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian sendiri merupakan suatu tindakan akhir yang dilakukan konsumen sebagai bentuk jawaban atas kebutuhan konsumen melalui serangkaian proses evaluasi beberapa alternatif yang ada.¹⁶

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen untuk membeli produk makanan halal sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan karena selain meningkatkan keuntungan perusahaan, jumlah pembelian juga dapat meningkatkan pangsa pasar produk.

a. Teori Keputusan Pembelian.

¹³ Helva Diansyah Putri, Indah Wulan Sari Batubara, and Siti Aisyah, 'Analisis Manajemen Rantai Pasok Halal Di Indonesia', *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 2116–25.

¹⁴ D.P. Andriani et al., *Desain Dan Analisis Eksperimen Untuk Rekayasa Kualitas* (Universitas Brawijaya Press, 2017), <https://books.google.co.id/books?id=xMxVDwAAQBAJ..>

¹⁵ I.M.R.M. Kes, *Panduan Pengelolaan Makanan Dan Minuman* (Michosan Center Indonesia, n.d.), <https://books.google.co.id/books?id=ch2-EAAAQBAJ>

¹⁶ Indah Safitri, 'The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions', *Review of Integrative Business and Economics Research* 7 (2018): 328–37.

Menurut Kotler, teori keputusan pembelian adalah keputusan pembeli mengenai barang yang dibeli. Konsumen mengambil keputusan pembelian ketika mereka tertarik pada suatu produk. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehari-hari, konsumen harus memutuskan untuk membeli suatu produk¹⁷.

b. Indikator Keputusan Pembelian

Konsumen akan dihadapkan pada keputusan membeli suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehari-hari. Konsumen akan melalui lima tahap dalam pembelian suatu produk. Indikator keputusan pembelian setiap konsumen akan berbedabeda; dalam pembelian yang lebih teratur, konsumen seringkali menghilangkan atau membalik urutan beberapa tahapan:

1) Pengenalan Kebutuhan.

Hasil ini merupakan tahap pertama yang dilalui konsumen dalam proses keputusan pembelian, dimana mereka menyadari suatu masalah atau kebutuhan.

2) Pencarian Informasi

Tahap ini merupakan proses pengambilan keputusan pembeli, dimana konsumen mencari informasi lebih lanjut mengenai kebutuhannya. Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber. Sumber-sumber tersebut antara lain sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekanan), sumber komersial (iklan, tenaga penjualan, situs web, dealer, kemasan, display), sumber publik (media massa, organisasi, penilaian konsumen, pencarian di internet, dan sumber pengalaman (penanganan, inspeksi, penggunaan produk).

3) Evaluasi Alternatif.

Tahap ini merupakan proses pengambilan keputusan pembeli, dimana konsumen menggunakan informasi tersebut untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan. Bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif tergantung pada konsumen pribadi dan spesifik situasi pembelian.

4) Keputusan Pembelian.

Keputusan pembelian konsumen adalah konsumen membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang dapat menentukan antara niat membeli dan keputusan pembelian.¹⁸

6. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Rocket Chicken Cabang Yogyakarta

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 telah membahas rinci perihal definisi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Dalam pasal 1 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan usaha mikro adalah usaha milik perorangan dan atau badan usaha perorangan, sedangkan usaha kecil adalah usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang dari perusahaan lain atau dikuasai dan tidak menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari perusahaan lain tersebut, dan yang terakhir adalah usaha menengah yang memiliki definisi sebagai usaha besar yang telah memenuhi semua kriteria usaha kecil seperti yang telah diatur dalam UU tersebut.

Salah satu UMKM yang terkenal adalah Rocket Chicken. Rocket Chicken merupakan perusahaan yang didirikan oleh Bapak Nurul Atik bersama saudaranya pada tanggal 21 di bulan Februari 2010 dengan membuka gerai pertamanya didekat tempat tinggalnya di jalan godean

¹⁷ John Budiman Bancin, *Citra Merek Dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)* (Jakad Media Publishing, n.d.), <https://books.google.co.id/books?id=riAzEAAAQBAJ>.

¹⁸ Candra Febrilyantri, 'The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions', *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 2 (7 December 2022): 106–25, <https://doi.org/10.21154/invest.v2i2.3946..>

dan lalu lintasnya terlihat sangat ramai. Kedai tersebut diberi nama Rocket Chicken. Rocket Chicken diambil dari kata Rocket yang memiliki filosofi artinya akan menjulang tinggi ke angkasa.

Sesuai harapannya bapak Nurul Atik ingin bisnisnya selalu berkembang dan maju dengan pesat, dan Chicken adalah ayam yang sebagai menu utamanya. Pada tahun 2012, Rocket Chicken tercatat sebagai anggota Asosiasi Franchise Indonesia dan telah diakui oleh Disperindag sebagai Franchise yang sangat berpotensi dan layak untuk dikembangkan. Rocket Chicken adalah perusahaan kemitraan yang menggeluti sektor bisnis kuliner cepat saji, dengan produk unggulan Fried chicken, Rocket Cheesy Ayam Geprek, Nasi Goreng, Burger, Steak dan Chinese food, dengan konsep menyajikan makanan yang halal, baik, sehat, dengan cita rasa yang khas, dan harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan, serta beragam menu tersebut dilengkapi dengan beragam sajian minuman.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Dengan pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu studi deskriptif. Penelitian ini dilakukan peneliti dalam kurun waktu satu bulan terhitung sejak bulan Oktober di wilayah Yogyakarta. Sampel penelitian yang diteliti adalah seluruh konsumen makanan dan minuman Rocket Chicken Cabang Yogyakarta, baik seorang pelajar, mahasiswa atau pekerja dengan rentang umur 18 tahun sampai > 55 tahun. Penelitian ini melibatkan sebanyak 66 responden sebagai sampel. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Skala Likert digunakan sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data yang pertama adalah menggunakan teknik analisis statistika deskriptif yaitu membahas beberapa hal terkait rata – rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum, dan jumlah data penelitian, frekuensi data dan kecenderungan data.

D. Hasil dan Pembahasan Penelitian

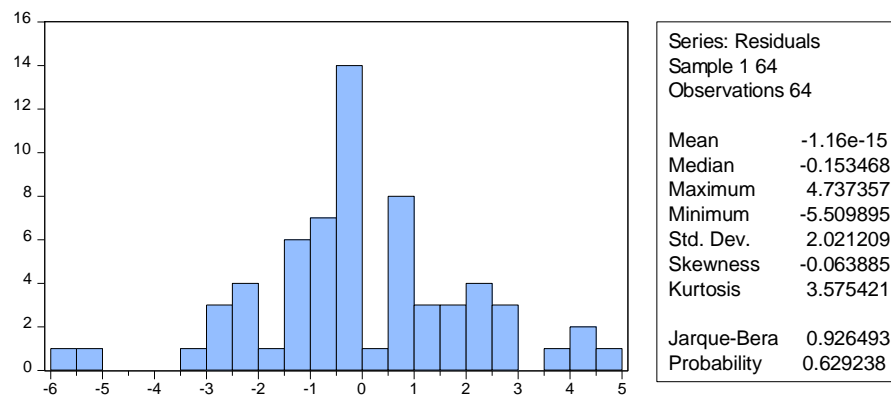
1. Hasil

a. Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Uji Normalitas ini berfungsi untuk mendapatkan hasil apakah nilai residual pada model regresi ini normal atau tidak maka di uji dengan uji Normalitas Hasil uji Normalitas ini adalah pengujian untuk mengetahui apakah nilai residual pada model regresi normal atau tidak.¹⁹

¹⁹Olifia Tala and Herman Karamoy, 'Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia', *Accountability* 6, no. 1 (2017): 57–64



Gambar 3. Hasil uji normalitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa bahwa nilai probability adalah sebesar **0,629238** > 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan secara normal.

- Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi yang tinggi atau sempurna disetiap variabel independennya. Jika multikolinieritas antar variabel tinggi maka koefisien regresi variabel independent dapat ditentukan. Artinya nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat (*error*)²⁰.

Variable	Coefficient	Uncentered Variance	Centered VIF
C	4.580171	68.33605	NA
Sertifikasi Halal	0.013323	96.20155	1.626705
Kualitas Produk	0.008661	77.00542	1.894364
Harga Produk	0.014292	92.62917	2.056541

Gambar 4. Hasil uji multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas Hasil uji Multikolinieritas terdapat pada nilai VIF yaitu **1.626705** untuk sertifikasi halal, nilai VIF **1.894364** adalah kualitas produk dan untuk harga produk nilai VIF pada adalah **1.130762**. Dari ketiga variabel tersebut tidak ada gejala Multikolinieritas karena memiliki nilai >10. Sehingga disimpulkan pada tahapan ini dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

- Uji Autokorelasi

Uji Autokolerasi bertujuan untuk mengkaji apakah model regresi linier terdapat kolerasi pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode t-1.²¹ Pada penelitian ini penulis menggunakan uji *Breusch-Godfrey* karena uji ini tepat dengan sampel yang relative besar dan derajat Autokorelasinya lebih dari satu.²²

²⁰ Dyah Nirmala Arum Janie, 'Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS', Jurnal, April 52 (2012).

²¹ Rizkia Anggita Sari, 'Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen 1, no. 2 (2012): 124-40..

²² Aslihatut Dian Novia, 'Analisis Perbandingan Uji Autokorelasi Durbin-Watson Dan Breusch-Godfrey', 2012.

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	3.782290	Prob. F(2,58)	0.0286
Obs*R-squared	7.384065	Prob. Chi-Square(2)	0.0249

Gambar 5. Hasil uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel diatas maka nilai Prob. Chi-Square (2) sebesar $0,0249 < 0,05$. Maka dapat dikatakan tidak ada gejala autokorelasi.

- Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual 1 variabel ke variable lainnya.²³ Dalam penelitian ini, uji Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode *Breusch-Pagan-Godfrey*.

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	2.435414	Prob. F(3,60)	0.0735
Obs*R-squared	6.947343	Prob. Chi-Square(3)	0.0736
Scaled explained SS	7.862842	Prob. Chi-Square(3)	0.0489

Gambar 6. Hasil uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas hasilkan bahwa nilai probabilitinya adalah $0,0736 > 0,05$. Sehingga disimpulkan tidak ada gejala Heteroskedastisitas dalam model ini.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh Sertifikasi Halal (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga Produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.109837	2.140133	0.518583	0.6060
Sertifikasi Halal	0.373977	0.115425	3.240014	0.0020
Kualitas Produk	0.109744	0.093064	1.179226	0.2430
Harga Produk	0.456076	0.119550	3.814938	0.0003

Gambar 7. Regresi linier berganda

Hasil dari persamaan regresi dapat di interprestasinya sebagai berikut:

$$Y = 1.109837 + 0.373977X_1 + 0.109744X_2 + 0.456076X_3$$

- 1) Nilai koefisien konstanta sebesar **1.109837** memiliki arti bahwa jika variable sertifikasi halal meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen meningkat sebesar **1.109837**.
- 2) Nilai koefisien Sertifikasi Halal sebesar **0, 373977** memiliki arti bahwa jika variable sertifikasi halal meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen akan meningkat sebesar **0, 373977**.

²³ Dhea Kania Paramitha and Farida Idayati, 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba', Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA) 9, no. 2 (2020).

- 3) Nilai koefisien Kualitas Produk sebesar **0.109744** memiliki arti bahwa jika variable Proses Produksi meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen meningkat sebesar **0.109744**.
- 4) Nilai koefisien Harga Produk sebesar **0.456076** memiliki arti bahwa jika variable Bahan Baku meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen meningkat sebesar **0.456076**.

c. Pengujian Hipotesis

- Uji Parsial (Uji t)

Uji t Uji parsial atau uji T adalah pengujian yang dilakukan terhadap variable independent untuk mengidentifikasi pengaruh yang dihasilkan masing masing variable independent. Adapun dalam penelitian ini, penulis hanya memfokuskan pada parameter slope yaitu uji t.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.109837	2.140133	0.518583	0.6060
Sertifikasi Halal	0.373977	0.115425	3.240014	0.0020
Kualitas Produk	0.109744	0.093064	1.179226	0.2430
Harga Produk	0.456076	0.119550	3.814938	0.0003

Gambar 8. Hasil uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai t-hitung sebagai berikut:

a) Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta adalah positif dan signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t sebesar **0,0020 < 0,05**. (H1 diterima).

b) Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta adalah tidak positif dan tidak signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t yang tidak signifikan sebesar **0,2430 > 0,05**. (H2 ditolak)

c) Pengaruh Harga Produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta adalah positif dan signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t yang signifikan. Sebesar **0,0003 < 0,05**. (H1 diterima).

- Uji Silmutan (Uji f)

Uji F adalah tahapan uji analisis terhadap model untuk mengetahui apakah model regresi tersebut layak atau tidak.

Prob (F-statistic) 0.000000

Gambar 9. Hasil uji Silmutan (Uji f)

Berdasarkan tabel diatas Untuk hasil uji F dengan melihat nilai prob (F-Statistik) adalah sebesar **0.00000 < 0,05**. Maka model regresi dalam penelitian ini layak digunakan.

- Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien dapat diukur dengan melihat R-squared atau nilai Adjusted Rsquared. Pada penelitian ini penulis mengambil nilai dari Adjusted R-squared karena memiliki lebih dari satu variabel.

R-squared	0.613409	Mean dependent var	21.31250
Adjusted R-squared	0.594079	S.D. dependent var	3.250763

Gambar 10. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Gambar 10. Hasil koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai Adjusted R-squared yaitu **0.594079**. Yang dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terkait sebesar **59.40%**.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta

Sertifikasi halal sangat penting karena dengan adanya sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman memberi ketenangan bagi konsumen. Karena kehalalan suatu produk sudah terjamin keamanan dan kebersihannya. Keinginan konsumen untuk mengonsumsi produk halal tentunya dapat meningkatkan pemikiran dalam memilih produk dengan memastikan terdapat label halal pada setiap kemasan²⁴. Hasil penelitian yang telah dilakukan, Sertifikasi Halal (X1) berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atas produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta dengan nilai prob t sebesar **0,0020 < 0,05. (H1 diterima)**.

Dapat dilihat dari hasil penelitian diatas bahwasanya kehalalan suatu produk adalah hal yang utama untuk seorang Muslim. Karena bagaimanapun suatu produk dapat dipercaya kehalalannya dilihat dari logo halal dalam produk tersebut dan logo halal hanya bisa didapatkan atas persetujuan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tetapi ada beberapa konsumen Rocket Chicken yang tidak terlalu mementingkan sertifikasi halal pada suatu produk makanan dan minuman. Namun untuk pihak pelaku usaha tetap harus mengutamakan produk makanan dan minuman yang dijual sudah bersertifikasi halal demi kemaslahatan Bersama.

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta

Untuk mendapatkan sertifikasi halal, maka harus melewati dulu proses produksi untuk melihat apakah produk yang digunakan aman atau tidak, baik untuk kesehatan atau tidak. Untuk melewati proses ini maka harus melaporkan ke BPJH untuk mengetahui apakah produk tersebut lolos sertifikasi halal atau tidak. Bagi para pelaku usaha bersikap transparansi adalah keutamaan agar hak konsumen dapat terpenuhi.

Mengonsumsi produk makanan dan minuman halal merupakan yang ditetapkan dalam syariat Islam.²⁵ Di Yogyakarta memiliki budaya, sikap dan tradisi yang kaya. Pada UMKM Rocket Chicken yang dapat menggabungkan elemen-elemen tradisional dan

²⁴ Muhammad Fahmul Iltiham and Muhammad Nizar, 'Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian', *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 2 (2020): 311–26

²⁵ Dhea Kania Paramitha and Farida Idayati, 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 9, no. 2 (2020).

keunikan daerah dalam menghasilkan kualitas produk. Misalnya, dengan menggunakan rempah-rempah khas daerah atau menjaga cita rasa tradisional dalam makanan dan minuman yang dihasilkan. Dari hasil penelitian kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) atas produk makanan dan minuman UMKM dengan nilai prob t sebesar $0,2430 > 0,05$. **(H2 ditolak)**.

Hal ini bisa saja terjadi karena produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta tidak memberikan informasi yang lengkap dan transparan terkait bahan baku yang digunakan dapat membantu meningkatkan minat konsumen. Padahal di Rocket Chicken cabang Yogyakarta dapat memberikan informasi mengenai asal-usul bahan baku, cara pengolahan, dan manfaat kesehatan yang terkait. Konsumen yang lebih teredukasi tentang bahan baku akan lebih cenderung memilih produk yang sesuai dengan preferensi mereka

c. Pengaruh Harga Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta

Dalam konsep kehalalan suatu produk faktor yang paling utama adalah harga yang ditawarkan dalam produk tersebut. Akan tetapi kehalalan harga produk yang digunakan pada suatu produk tidak sepenuhnya menjamin. Maka kita harus mengetahui dan melihat komposisi yang tertera pada label suatu produk. Dengan menawarkan harga produk akan menjamin bahwa produk tersebut berkualitas sehingga dapat menarik minat pembelian produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta.

Dalam penelitian ini Harga Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) atas produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta. dengan nilai prob t sebesar $0,0003 < 0,05$. **(H1 diterima)**. Hal ini bisa saja terjadi karena produk makanan dan minuman di Rocket Chicken di cabang Yogyakarta. Sesuai dengan nilai yang diberikan kepada konsumen.

E. kesimpulan

Pengaruh Sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta memiliki pengaruh positif dan signifikan. Karena konsumen cenderung mencari produk dengan label halal yang memberikan jaminan keamanan dan kebersihan. Meskipun ada beberapa konsumen Rocket Chicken cabang Yogyakarta yang tidak terlalu memprioritaskan sertifikasi halal, pelaku usaha tetap perlu mengutamakan produk halal untuk kepentingan bersama.

Pengaruh kualitas Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta memiliki pengaruh tidak positif dan tidak signifikan. Karena, kurangnya transparansi bahwasanya kualitas produk yang di produksi sudah aman atau tidak karena, penting untuk memastikan produk tersebut memenuhi syarat sertifikasi halal. Rocket Chicken cabang Yogyakarta dapat memanfaatkan keunikan budaya dan tradisi lokal dalam proses produksi untuk menarik keputusan pembelian konsumen membeli produk makanan dan minuman halal di Rocket Chicken cabang Yogyakarta.

Pengaruh Harga Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini disebabkan harga yang terjangkau dengan variasi makanan dan minuman yang ditawarkan menjadi pengaruh keputusan pembelian makanan dan minuman halal di Rocket Chicken cabang Yogyakarta. .

F. Daftar Pustaka

- Akbar, Arie Achmad, Un Dini Imran, And Ali Murdhani Ngandoh. 'Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Cotomangkasara Di Makassar'. *Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi* 1, No. 3 (2023): 326–37.
- Amalia, Fatya Alty, Adila Sosianika, And Dwi Suhartanto. 'Indonesian Millennials' Halal Food Purchasing: Merely A Habit?' *British Food Journal* 122, No. 4 (2020): 1185–98.
- Ambali, Abdul Raufu, And Ahmad Naqiyuddin Bakar. 'People's Awareness On Halal Foods And Products: Potential Issues For Policy-Makers'. *Procedia-Social And Behavioral Sciences* 121 (2014): 3–25.
- Andriani, D.P., N.W. Setyanto, L.T.W.N. Kusuma, U.B. Press, And Ub Media. *Desain Dan Analisis Eksperimen Untuk Rekayasa Kualitas*. Universitas Brawijaya Press, 2017. <https://books.google.co.id/books?id=Xmxvdwaaqbaj>.
- Anggita, Rizza, And Hapzi Ali. 'The Influence Of Product Quality, Service Quality And Price To Purchase Decision Of Sgm Bunda Milk (Study On Pt. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)'. *Scholars Bulletin* 3, No. 6 (2017): 261–72.
- Arifin, Ridwan. 'Legal Analysis Of Halal Product Guarantee For Development Of Small And Medium Enterprises (Smes) Business In Indonesia'. *Jurnal Hukum Islam* 18, No. 1 (2020): 121–36.
- Azizah, S.N. *Towards Halal. Expose*, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=Zgimeaaaaqbaj>.
- Baharuddin, Kasmarini, Norliya Ahmad Kassim, Siti Khairiyah Nordin, And Siti Zahrah Buyong. 'Understanding The Halal Concept And The Importance Of Information On Halal Food Business Needed By Potential Malaysian Entrepreneurs'. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences* 5, No. 2 (2015): 170.
- Drs. Danang Sunyoto, S.H.S.E.M.M. *Ekonomi Manajerial*. Media Pressindo, 2013. <https://books.google.co.id/books?id=Mje4eaaaaqbaj>.
- Febrilyantri, Candra. 'The Influence Of Halal Knowledge And Labeling On Food Product Purchase Decisions'. *Invest Journal Of Sharia & Economic Law* 2, No. 2 (7 December 2022): 106–25. <https://doi.org/10.21154/Invest.V2i2.3946>.
- Hasan, Kn Sofyan. 'Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan'. *Jurnal Dinamika Hukum* 14, No. 2 (2014): 227–38.
- Iltiham, Muhammad Fahmul, And Muhammad Nizar. 'Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (Mui), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian'. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 11, No. 2 (2020): 311–26.

- Ilyas, Musyfikah. 'Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat'. *Jurnal AlQadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam* 4, No. 2 (2017): 357–76.
- Jaiyeoba, Haruna Babatunde, Moha Asri Abdullah, And Abdul Razak Dzuljastri. 'Halal Certification Mark, Brand Quality, And Awareness: Do They Influence Buying Decisions Of Nigerian Consumers?' *Journal Of Islamic Marketing* 11, No. 6 (2020): 1657–70.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. 'Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan Spss'. *Jurnal*, April 52 (2012).
- John Budiman Bancin, S.P.M.M. *Citra Merek Dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad Media Publishing, N.D. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Riazeaaqbaj>.
- Kes, I.M.R.M. *Panduan Pengelolaan Makanan Dan Minuman*. Michosan Center Indonesia, N.D. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Ch2-Eaaaqbaj>.
- Konety, Neneng, Chandra Purnama, And Monita Hizma Adilla. 'Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan'. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, No. 1 (2018): 31–49.
- Novia, Aslihatut Dian. 'Analisis Perbandingan Uji Autokorelasi Durbin-Watson Dan BreuschGodfrey', 2012.
- Paramitha, Dhea Kania, And Farida Idayati. 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba'. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)* 9, No. 2 (2020).
- Pradina, Isje, And Ade Nur Rohim. 'The Effect Of Halal Label Product Quality And Service Quality On Purchase Decisions'. *International Journal Of Business Reflections* 3, No. 2 (2023).
- Purnamasari, S, And Purnama Rozak. 'Positioning Analysis Of Chicken Rocket Mapping At Fast Food Restaurant Manarap Branch Banjarmasin'. *East Asian Journal Of Multidisciplinary Research* 1, No. 1 (2022): 1–12.
- Putri, Helva Diansyah, Indah Wulan Sari Batubara, And Siti Aisyah. 'Analisis Manajemen Rantai Pasok Halal Di Indonesia'. *Jikem: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, No. 1 (2022): 2116–25. Romsiyatun, Siti. 'Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mahasiswa Uin Khas Jember'. *Al-Aflah* 1, No. 2 (2022): 98–107.
- Safitri, Indah. 'The Influence Of Product Price On Consumers' Purchasing Decisions'. *Review Of Integrative Business And Economics Research* 7 (2018): 328–37.
- Sari, Rizkia Anggita. 'Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek

Indonesia'. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 1, No. 2 (2012): 124–40.

Sidanti, Heny, Metik Asmike, And Noor Mohammad Mahfudz Alkarimy. 'The Influence Of Halal Certification And Religiosity On Interest In Buying Mixue Products Through Attitude As An Intervening Variable (Study Of Communities In Madiun City)'. *International Journal Of Science, Technology & Management* 4, No. 5 (2023): 1188–96.

Suhartanto, Dwi, Muhammad Muflih, Moh Farid Najib, And Irgiana Faturhman. 'Loyalty Formation Toward Halal Food: Integrating The Quality–Loyalty Model And The Religiosity–Loyalty Model'. *British Food Journal* 122, No. 1 (2020): 48–59.

Tala, Olifia, And Herman Karamoy. 'Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen

Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia'. *Accountability* 6, No. 1

(2017): 57–64.

Wibowo, Mas Wahyu, Auditia Lintang Sari Putri, Ali Hanafiah, Dudi Permana, And Fauziah Sh Ahmad. 'How Education Level Polarizes Halal Food Purchase Decision Of Indonesian Millennials'. *Journal Of Islamic Marketing* 13, No. 12 (2022): 2582–2610