

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Restoran Burger King

Gambar 4.1

Logo Restoran Burger King



Burger King berdiri pada tahun 1954 dan dibuka oleh James Mc Lamore dan David Egerton tepatnya di Miami, Florida, Amerika Serikat. Lalu Burger King masuk ke Indonesia pada tahun 1980 dan berkembang pesat membuka berbagai cabang diseluruh Indonesia. Namun Burger King sempat tutup karena terjadinya krisis moneter. Beberapa tahun kemudian Burger King beroperasi di Indonesia pada bulan april tahun 2007 dan untuk pertama kali membuka outlet pertamanya di sebuah Mall Senayan City Jakarta.

Hingga saat ini Burger King telah banyak membuka outlet di kota-kota besar salah satunya seperti di Kota Surabaya, Bali, Lombok dan ada juga outlet di Kota Palembang. Burger King dikenal sebagai salah satu restoran makanan cepat saji yang menyajikan hamburgernya sebagai menu utamanya.

Dan untuk Restoran Burger King di Kota Palembang sendiri ada dua cabang yang pertama nama tempatnya Burger King Palembang Icon yang berada di alamat, *Palembang Icon Mall, Unit No. L1-21,23,25, Jl. POM IX, RT.30/RW.09, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137*, sedangkan yang satunya Burger King Soekamto yang berada di alamat, *Jl. R. Sukamto No.92, 8 Ilir, Kec. Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30164*.¹

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner penelitian yang disebar tentang pengaruh religiusitas dan sertifikat halal terhadap keputusan pembelian burger king cabang di kota Palembang dapat diperoleh karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia dan asal

¹ “Sejarah Burger King Palembang,” 2021.

perguruan tinggi. Pengelompokkan responden ini untuk membantu memberi gambaran karakteristik responden yang diteliti.

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	67	60.0	60.0	60.0
	Perempuan	45	40.0	40.0	40.0
	Total	112	100.0	100.0	100.0

Sumber : *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 67 orang (60,0%) dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 45 orang (40,0%). Artinya responden terbanyak adalah laki-laki.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 Tahun	45	39.0	39,0	39,0
	21-24 Tahun	66	59.0	59,0	59,0
	27-30 Tahun	2	2.0	2,0	2,0
	Total	112	100,0	100,0	100.0

Sumber : *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 dapat diketahui

bahwa responden berusia 17-20 tahun sebanyak 45 orang, 21-24 tahun sebanyak 66 orang, 27-30 tahun sebanyak 2 orang. Artinya responden terbanyak berusia 21-24 tahun.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Tabel 4.3
Asal Perguruan Tinggi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UIN Raden Fatah Palembang	41	38.0	38.0	38.0
	UNSRI Palembang	29	26.0	26.0	26.0
	Universitas Muhammadiyah Palembang	27	24.0	24.0	24.0
	Universitas Bina Dharma Palembang	15	12.0	12.0	12.0
	Total	112	100.0	100.0	100.0

Sumber : *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden berdasarkan perguruan tinggi UIN Raden Fatah Palembang berjumlah 41 orang (38,0%), UNSRI berjumlah 29 orang (26,0%), Universitas Muhammadiyah Palembang berjumlah 27 orang (24,0%), Univ Bina Dharma Plg berjumlah 15 orang (12,0%). Artinya responden terbanyak adalah perguruan tinggi UIN Raden Fatah

Palembang.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Religiusitas X1	Religiusitas 1	0.162	0.1857	Tidak Valid
	Religiusitas 2	-0.023	0.1857	Tidak Valid
	Religiusitas 3	0.160	0.1857	Tidak Valid
	Religiusitas 4	0.212*	0.1857	Valid
	Religiusitas 5	0.219*	0.1857	Valid
	Religiusitas 6	0.314**	0.1857	Valid
	Religiusitas 7	0.399**	0.1857	Valid
	Religiusitas 8	0.434**	0.1857	Valid
	Religiusitas 9	0.451**	0.1857	Valid
	Religiusitas 10	0.461**	0.1857	Valid
Sertifikat Halal X2	Sertifikat Halal 1	0.249**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 2	0.299**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 3	0.249**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 4	0.300**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 5	0.286**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 6	0.390**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 7	0.379**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 8	0.302**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 9	0.225*	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 10	0.378**	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 11	0.233*	0.1857	Valid
	Sertifikat Halal 12	0.164	0.1857	Tidak Valid

Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian 1	0.116	0.1857	Tidak Valid
	Keputusan Pembelian 2	0.235*	0.1857	Valid
	Keputusan Pembelian 3	0.154	0.1857	Tidak Valid
	Keputusan Pembelian 4	0.139	0.1857	Tidak Valid
	Keputusan Pembelian 5	0.047	0.1857	Tidak Valid
	Keputusan Pembelian 6	0.184	0.1857	Tidak Valid
	Keputusan Pembelian 7	0.433**	0.1857	Valid
	Keputusan Pembelian 8	0.471**	0.1857	Valid
	Keputusan Pembelian 9	0.368**	0.1857	Valid
	Keputusan Pembelian 10	0.599**	0.1857	Valid

Sumber : *output* SPSS data diolah, 2021

Data dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1857) dan bernilai positif. Sehingga dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila setiap variabel mempunyai *Cronbach's Alpa* $> 0,60$ atau Koefisien reliabilitas $> 0,60$.

Tabel 4.4
Hasil Uji Instrumen Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Religiusitas	-.345	10	Reliabel
Sertifikat Halal	-.040	12	Tidak Reliabel
Keputusan Pembelian	-.145	10	Reliabel

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2021

Dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dari masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, dengan demikian variabel labelisasi halal, perilaku konsumen, dan keputusan pembelian dapat dikatakan reliabel.

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu prosedur analisis untuk mengetahui apakah suatu model regresi variabel pengganggu atau residual (dependen) dan independen berdistribusi normal atau tidak. Pada uji T (Parsial) dan F (simultan) residual dinyatakan berdistribusi normal atau tidak dapat diasumsikan melalui analisis grafik dan uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S) dengan membuat hipotesis nol (H_0) data berdistribusi normal dan hipotesis alternatif (H_a) data berdistribusi tidak normal.

Dengan menggunakan uji statistik yaitu non-parametrik

Kolmogorov-Smirnov. Hipotesis yang diterapkan sebagai berikut.

H_0 = data residual berdistribusi normal (Asymp. Sig > 0,05)

H_a = data residual tidak berdistribusi normal (Asymp. Sig < 0,05).

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		112	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.84405173	
Most Extreme Differences	Absolute	.098	
	Positive	.098	
	Negative	-.096	
Test Statistic		.098	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.221 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.210
		Upper Bound	.232
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

S

umber: *output SPSS data diolah, 2021*

Berdasarkan dari hasil output uji normalitas pada tabel 4.6 terdapat nilai signifikan yang dihasilkan oleh uji

normalitas sebesar $.221 > 0.05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 4.6
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity Sig.
Religiusitas	.032
Sertifikat Halal	.423

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan dari hasil *output* pada Tabel 4.7, nilai signifikan yang di hasilkan oleh variabel religiusitas sebesar $.032 > 0,05$ dan sertifikat halal sebesar $.423 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas dan sertifikat halal terhadap keputusan pembelian terdapat hubungan linear.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Alat yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF berada dibawah 10,00 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas *Tolerance* dan VIF

Variabel	Tolerance	VIF
Religiusitas	1.000	1.000
Sertifikat Halal	1.000	1.000

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dengan melihat nilai *tolerance* X1 (1.000), dan X2 (1.000) > 0,1 dan nilai VIF X1 (1.000), dan X2 (1.000) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini dapat dinyatakan “tidak mengandung gejala multikolinearitas”.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah pada model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini menggunakan metode *Glejser*. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang berarti varians dari residual harus konstan untuk keseluruhan variabel, dengan melihat nilai $sig. > 0,05$.

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.346	3.989		-.588	.558
	Religiusitas	.070	.057	.116	1.220	.225
	Sertifikat Halal	.010	.054	.018	.185	.854

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan *output* Tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa sig. Religiusitas (.225), dan Sertifikat Halal (.854) > 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi ini

dinyatakan “tidak terjadi gejala heteroskedastisitas “.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel religiusitas (X1), dan sertifikat halal (X2) terhadap keputusan pembelian burger king cabang di kota Palembang. Untuk melihat hasil perhitungan uji t pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	42.242	6.122		6.900	.000
	Religiusitas	.193	.088	.205	2.190	.031
	Sertifikat Halal	-.067	.083	-.076	-.809	.420
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.10 diatas, diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(112-3) = 109$, sehingga diperoleh nilai t tabel = 1.65895, maka dapat diketahui masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22.0 seperti pada tabel diatas, variabel religiusitas (X1) memiliki t hitung senilai 2.190 dengan nilai sig. .031. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, atau jika signifikansi $< 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2.190 > 1.65895$) dan nilai signifikansi sebesar $0.31 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan bahwa hasil dari variabel religiusitas halal (X1) berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian burger king cabang di kota Palembang.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22.0 seperti pada tabel diatas, variabel sertifikat halal (X2) memiliki t hitung senilai -.809 dengan nilai sig. 4.20. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan

dengan nilai t hitung $> t$ tabel, $-t$ hitung $< -t$ tabel, atau jika signifikansi $< 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $> t$ tabel ($-.809 > 1.65895$) dan nilai signifikansi sebesar $.420 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel sertifikat halal (X2) Tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian burger king cabang di kota Palembang.

b. Uji F (Simultan)

Uji F hitung pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel religiusitas (X1), dan sertifikat halal (X2) terhadap keputusan pembelian burger king cabang di kota Palembang. Suatu variabel dianggap berpengaruh, apabila F hitung $> F$ tabel, dan dinyatakan signifikan apabila nilai sig. $< 0,05$. Untuk hasil pengujian F hitung pada penelitian ini, bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.818	2	9.409	27.17	.071 ^b
	Residual	377.458	109	3.463		
	Total	396.277	111			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Sertifikat Halal, Religiusitas						

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan uji F Tabel 4.11 diatas, diperoleh F hitung sebesar 27.17 untuk menentukan nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5%, serta *degree of freedom* (derajat kebebasan), $df = (n-k)$ atau $(112-3)$ dan $(k-1)$ atau $(3-1)$, $df = (112-3= 109)$ dan $(3-1= 2)$. Maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel senilai 3.08. Maka dari itu, hasil perhitungan F hitung $>$ F tabel $(27.17 > 3.08)$ dengan diperoleh nilai sig $(.071^b > 0.05)$, maka secara simultan (bersama-sama) variabel independen religiusitas (X1), dan sertifikat halal (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) burger king cabang di kota palembang.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (Adj R2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat).

Tabel 4.11
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.218 ^a	.047	.030	1.861
a. Predictors: (Constant), Sertifikat Halal, Religiusitas				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi pada Tabel 4.12, nilai Koefisien Determinasi (Adj R²) sebesar 0,030, yang artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel bebas (*independent*) yaitu variabel religiusitas (X1), dan sertifikat halal (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) burger king cabang di kota Palembang.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel religiusitas (X1) dan sertifikat halal (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) burger king cabang di kota Palembang. Pembahasan dan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang)

Religiusitas adalah suatu keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam hal meyakini suatu ajaran gema yang dianutnya dan diwujudkan dalam pengamalan nilai, aturan, kewajiban sehingga mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari.²

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($2.190 > 1.65895$) dan nilai signifikansi sebesar $.031 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel Religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang). Maka hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

²Quraish Shihab, *Menabur Pesan Ilahi: Al-Qur'an dan Dinamika Kehidupan Masyarakat* (Jakarta: Lentera Hati, 2006), Hal.3

Pembelian.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Religiusitas pelanggan memilih membeli produk Burger King ini karena atas keyakinan dan pilihannya sendiri dengan melihat lokasi yang strategis, kebersihan tempat dan sistem pelayanan yang memuaskan ditambah lagi menyediakan makanan cepat saji yang halal dikonsumsi semua orang, serta makanan yang mewah atau bergengsi dan dapat menarik keputusan pembelian konsumen. Bahkan tidak dipungkiri restoran semacam ini tidak hanya dimanfaatkan untuk tempat makan saja, tetapi juga untuk tempat perkumpulan anak-anak muda seperti perayaan acara ulang tahun, membuat tugas sekolah, acara reunian dalam hal menjalin hubungan silaturahmi dan sebagainya.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syamsuri (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian. Adapun hasil penelitian yang tidak didukung yang dilakukan oleh Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal (2019) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Religiusitas

terhadap Keputusan Pembelian.

2. Sertifikat Halal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang)

Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk. Sertifikat halal berlaku selama 2 tahun, dikeluarkan “MUI” dengan pengesahan Departemen Agama.³

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($-0.809 > 1.65895$) dan nilai signifikansi sebesar $.420 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel Sertifikat Halal (X2) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang). Maka hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Sertifikat Halal tidak

³ Ali Mustafa Yaqub, Kriteria Halal Haram (untuk pangan obat dan kosmetika menurut Al-Qur'an dan Hadis), Jakarta : PT. Pustaka Firdaus, 2009, Hal.256

berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan harus memiliki Sertifikat halal karena Sertifikat halal merupakan suatu hal terpenting yang wajib diperhatikan dalam memilih dan memilih suatu produk apapun itu, salah satu contoh adalah produk makanan Burger King. Bagi seorang umat muslim memastikan makanan yang halal untuk dikonsumsi adalah suatu kewajiban, sehingga dalam hal mengkonsumsi makanan halal menjadikan kebutuhan pokok bagi umat muslim.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian. Adapun hasil penelitian yang tidak didukung yang dilakukan oleh Ananda Desmayonda & Arlin Ferlina Mochamad Trenggana (2019) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian.

3. Religiusitas (X1) dan Sertifikat Halal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang)

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai F hitung $>$ F tabel ($27.17 > 3.08$) dengan diperoleh nilai sig ($.071^b > 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel Religiusitas (X1), dan Sertifikat Halal (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang) Artinya semakin perusahaan memberikan Religiusitas konsumen dan Sertifikat halal kepada produk, maka keputusan pembelian produk Burger King Cabang di Kota Palembang akan semakin tinggi tingkat pembeliannya.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kemal Faza Akhyar (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian. Adapun hasil penelitian yang tidak

didukung yang dilakukan oleh Rizki, Surya and Mubyanto, Novi and Anita, Efni (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara sertifikat halal terhadap Keputusan Pembelian.