

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas dan Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian. Sampel yang diambil yaitu mahasiswa muslim dikota Palembang dan pernah melakukan pembelian di restoran makanan cepat saji Burger King, teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling* dan diperoleh sebanyak 50 tanggapan atas kuesioner yang dibagikan secara langsung dan tanggapan sebanyak 50 tersebut yang dapat diolah. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($2.190 > 1.65895$) dan nilai signifikansi sebesar $.031 < 0,05$.
2. Sertifikat Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($-.809 > 1.65895$) dan nilai signifikansi sebesar $.420 < 0,05$.

3. Religiusitas dan Sertifikat Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung $>$ F tabel ($27.17 > 3.08$) dengan diperoleh nilai sig ($.071^b > 0.05$).

B. Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan Burger King Di Kota Palembang diharapkan terus meningkatkan dan mengoptimalkan Religiusitas dan Sertifikat Halal guna menjaga kepuasan konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya, keterbatasan dalam penelitian ini hendaknya lebih disempurnakan dengan memperluas atau menambah variabel lain yang dapat mengembangkan

penelitian dan mendapatkan hasil yang berbeda pada peneliti selanjutnya pada perusahaan Burger King Di Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al - QUR'AN

Al Quran al-Karim. 2005. Departemen Agama RI, Al quran dan Terjemahannya. Juz 1-30. Bandung: CV. Penerbit Jumanatul Ali.

B. Buku

Abdul Wahib. 2015. Psikologi Agama Pengantar Memahami Perilaku Agama. Semarang: Karya Abadi Jaya.

Abdullah Abdul Husain at tariqi. 2004. Ekonomi Islam Prinsip, Dasar, Dan Tujuan. Yogyakarta: Magistra Insania Press.

Adiwarman Karim. 2008. Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga. Jakarta: Pt RajaGrafindo Persada.

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

Ancok dan Suroso. 2011. *Psikologi Islami*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.

Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. 2012. "*Metode Penelitian Kuantitatif*". Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Burhanudin. 2011. Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen

dan Sertifikasi Halal. Malang: UIN Maliki Press. Driyarkan.
1988. *Percikan Filsafat*. Jakarta: Lembaga Penunjang
Pembangunan Nasional.

Dr.Sugiyono. 2014. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan
R&D”. Bandung,ALFABETA.

Fadhlan Mudhafier, *Makanan Halal : Kebutuhan Umat dan
Kepentingan Pengusaha*, (Jakarta : Zakia Press, 2005), Cet.
Kedua, Hal. 16

Fuad Nashori, *Potensi-potensi Manusia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta,
2003, Hal. 85.

Glock and Stark. 1965. *Religion and Society in Tension*. Chicago:
Rand McNally. diterjemahkan oleh Ancok dan Suroso dalam
karyanya yang berjudul Psikologi Islami.

Jabnour. Naceur, *Islam and Manajemen*, Riyadh : International Islamic
Publishing House, pada Thesis S2, Erike Anggraini, “Hubungan
Religiusitas Terhadap etos Kerja dan Produktifitas
Karyawan”, 2005, hal.39.

Jalaluddin. 2011. *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers.

Japar.M, “Kebermaknaan Hidup dan religiusitas Pada Masa Lanjut
Usia” refleksi No. 007 th IV, Yogyakarta, 1999, Hal.32.

- M. Anang Firmansyah. “*Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*”, (Yogyakarta: Budi Utami, 2018), Hal.41.
- M Thaib Thohir Abdul Muin. 1986. Ilmu Kalam. Jakarta: Widjaya.
- Monzer Kahft. 1995. *EKONOMI ISLAM: Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhaimin Abdul Mujib dan Jusuf Mudzakir. 2005. *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Musa Asyarie. 1988. Agama Kebudayaan dan Pembangunan menyongsong Era Industrialisasi. Yogyakarta: Kalijaga Press.
- M.Amin Abdullah. 2000. Metodologi Studi Agama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- M. Quraish Shihab. 2003. *Menabur Pesan Ilahi: Al-Qur’an dan Dinamika Kehidupan Masyarakat*. Jakarta: Lentera Hati.
- Philip Kotler. 2005. Manajemen Pemasaran.:Anlisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Alih bahasa oleh Hendra Teguh, SE dan Ronny A Rusli, SE, AK. Jilid 2. Jakarta, PT Prenhallindo.
- Rusli Amin. 2004. Waspada! Makanan Haram di Sekitar Kita. Jakarta : Alwardi Prima.

- Sopa. 2013. *Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia: Studi atas Fatwa MUI terhadap Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetika*. Jakarta: GP Press.
- Sugiyono. 2010. "Metode Penelitian Pendidikan". Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. "*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. "Statistik untuk Penelitian". Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharsimi Arikonto. 2013. "*Perosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*". Jakarta: PenerbitRinela Cipta.
- Thahir Andi, Hubungan Religiusitas dan Suasana Rumah Dengan Kecerdasan Emosional Pada Remaja Akhir, Tesis S2, Yogyakarta: Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2004, Hal.9.
- Thobieb Al-Asyhar. 2002. Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani cetakan pertama. Jakarta PT. ALMAWARDI PRIMA.

Zakiah Daradjat. 1973. Ilmu Jiwa Agama. Jakarta: Bulan Bintang.

C. Karya Ilmiah

Adindara Padmaninggar. 2016. Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku terhadap Minat mahasiswa Menabung di Bank Umum Syariah. “Malang: Skripsi Universitas Brawijaya”.

Ahmad Izzuddin, “PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI MAKANAN KULINER”, Jurnal Penelitian Ipteks, Vol.3 No. 2 (Juli 2018), 100-114.

Ainol Yakin, “PENCANTUMAN LABEL HALAL (HALAL FOOD)ETIKA DALAM BISNIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN”, Jurnal Ekomadania, Vol.2 No. 1. (Juli 2018), 24

Ananda Desmayonda & Arlin Ferlina Mochamad Trenggana. 2019. *“Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung”*. Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol.12, No.1.

Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudrajat. 2013. “Analisis Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam

- Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara”.
Ekonomi dan Keuangan Vol. 1, No. 4. Medan: Departemen Ekonomi
Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara.
- Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal.
2019. “*Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk
Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian*”. *Jurnal Administrasi
Bisnis (JAB)*, Vol.66. No. 1.
- Fetzer, John E. 1999. *Multidimensional Measurement of Religiousness/
Spirituality for Use in Health. A Report of the Fetzer
Institute/National Institute on Aging Working Group.* (Kalamazo:
John E. Fetzer Institute.
- Muhammad Syamsuri. 2020. Skripsi: “*Pengaruh Religiusitas Dan
Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Produk Halal
Non-Pangan*”. Surakarta: IAIN Surakarta.
- M. Imamuddin. 2017. “*Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap
Keputusan Pembelian Mie Instant Mahasiswa IAIN Bukit Tinggi T.A
2016/2017*”. *Journal Of Economic Studies*, Vol.1, No.1.
- Ryatnasih Rachmat. 2013. “Pengaruh perilaku Konsumen Terhadap
Keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat: Studi Kasus Pada
Mahasiswa UNSIKA”. *Jurnal Manajemen* Vol. 10, No. 3. Karawang:

- Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Sayyidatul Maghfiroh. 2018. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihah. "Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta".
- Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6 No. 1 (Mei 2017), 660.
- Tengku Putri Lindung Bulan. 2016. "*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*". *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.5, No.1.
- Tria Saputri. 2020. Skripsi: "*Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kepercayaan Interpersonal Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken "KFC" Di Jambi Town Square "JAMTOS" "Kota Jambi"*" "Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin".
- Yasir Zahri & Hafasnuddin. 2016. "*Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi "Studi Pada Nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh"*". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*

Manajemen, Vol.1, No.1.

Yolanda Hani Putriani. 2015. Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Aspek Religiusitas, Jurnal JESTT Vol.2 No.7. “Surabaya: Universitas Airlangga.

D. Internet

Statistik sertifikasi halal. 2017. <http://www.halalmui.org/> terakhir diakses pada 12 januari.

LAMPIRAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
FATAH PALEMBANG**



Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126
Telp. (0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M. HABIBI
NIM : 1656200127
Judul : Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian Burger king Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang)
Dosen Pembimbing : RUDI ARYANTO S.Si.

No	Tanggal	Topik	Catatan Pembimbing
1	2021-01-19 08:09:02	Bimbingan Bab I Kepada Dospem 2	1. Langsung sampai bab 3 ya 2. Lampirkan juga scan hasil bimbingan dg pemb 2
2	2021-04-17 11:32:44	Bimbingan Bab I,II,III & Lampiran scan lembar konsul hasil bimbingan dengan Pembimbing 2	1. Pahami kenapa teknik penarikan sampel menggunakan metode heir 2. Sumber rujukan data dilatar belakang usahakan yg terupdate, 3. Silahkan siapkan quesioner dan siap utk melakukan penelitian
3	2021-05-31 10:23:50	Bimbingan Kuesioner	silahkan melanjutkan penelitian ke lapangan
4	2021-07-27 09:52:04	Bimbingan hasil penelitian Bab IV & Bab V Habibi	1. lampirkan seluruh file skripsi (full) 2. pada kesimpulan jangan mengulangi penjelasan padapembahasan (cukup disimpulkan yang dicapai) 3. lampirkan hasil bimbingan dengan pembimbing 2 goodluck
5	2021-08-11 21:10:26	Bimbingan Full Bab I,II,III,IV,V & Lampiran Lembar konsul Bimbingan Dosen Pembimbing II	1. ACC mengikuti sidang munaqosyah 2. silahkan lengkapi syarat untuk mengikuti sidang munaqosyah

2021/09/02



PROGRAM STUDI SI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jalan Prof. K.H. ZainalAbidinFikri KM. 3,5, telpon (0711)354668

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : M. Habibi
 NIM : 1656200127
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang)
 Pembimbing II : Citra Lestari, S.E.I.M.Si

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
1	Rabu/21-10-2020	Acc Proposal, lanjut Bab I	
2	Kamis/12-11-2020	Perbaiki Bab I, Tentukan Fenomena Perbaikan footnote	
3	Senin/28-12-2020	Acc Bab I, lanjut Bab II	
4	Rabu/20-1-2021	Perbaikan Bab II	
5	Selasa/9-3-2021	Acc Bab II, lanjut Bab III	
6	Rabu/10-3-2021	Tentukan populasi dan sampel	
7	Senin/15-3-2021	Acc Bab III, Silakan ke Pembimbing I	




**PROGRAM STUDI SI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jalan Prof. K.H. ZainalAbidinFikri KM. 3,5, telpon (0711)354668

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : M. Habibi
 NIM : 1656200127
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang)

Pembimbing II : Citra Lestari, S.E.I.M.Si

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
1.	Selasa/27-07-2021	Bimbingan Kuesioner dan Hasil Penelitian Bab IV & Bab V Siap di Sidangkan	

KATA PENGANTAR

Kepada Yth.

Bpk/Ibu/Sdr/I Konsumen Mahasiswa Muslim Burger King Cabang Di

Kota Palembang

Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir penyusunan skripsi saya yang berjudul “**Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang)**”, maka saya :

Nama : M. Habibi

NIM : 1656200127

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi
Syariah

Universitas : UIN Raden Fatah Palembang

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk meluangkan waktu guna mengisi angket ini untuk keperluan penelitian. Jawaban Bapak/Ibu/Sdr/I merupakan pendapat pribadi sesuai dengan yang Bapak/Ibu/Sdr/I alami. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban dianggap benar.

Identitas dan keterangan yang telah Bapak/Ibu/Sdr/I berikan akan dijaga kerahasiaannya, sehingga tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban karena hanya untuk kepentingan penelitian penyusun skripsi.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam meluangkan waktu untuk mengisi angket ini peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Peneliti,



M. Habibi
NIM. 1656200127

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN SERTIFIKAT HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BURGER KING CABANG DI KOTA PALEMBANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MUSLIM DI KOTA PALEMBANG)

Identitas Responden

1. Nama Responden:
2. Jenis Kelamin :
 - L
 - P
3. Usia :
 - 17-20 Tahun
 - 21-30 Tahun
 - 31-40 Tahun
4. Asal perguruan tinggi :
 - UNSRI
 - Univ Muhamadiyah Palembang
 - UIN Raden Fatah Palembang
 - Univ Bina Dharma Palembang

Petunjuk Pengisian

Isilah data diri anda sebelum mengisi koesioner

Berikan tanda *Centang* (✓) terhadap jawaban yang paling sesuai oleh Bapak/Ibu/Saudara/i.

Keterangan :

- | | |
|---------------------------|----------|
| Sangat Setuju (SS) | : Skor 5 |
| Setuju (S) | : Skor 4 |
| Netral (N) | : Skor 3 |
| Tidak Setuju (TS) | : Skor 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | : Skor 1 |

Religiusitas (X₁)						
No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
Keyakinan (<i>ideologis</i>)						
1	Saya membeli produk burger king karena perintah Allah SWT untuk konsumsi yang halal					
2	Saya membeli produk burger king karena saya adalah seorang muslim					
Praktik Agama (<i>ritualistik</i>)						
1	Saya membeli produk burger king karena akan merasa lebih dekat dengan Allah swt					
2	Saya membeli produk burger king karena membuat hati saya tenang					
Pengalaman (<i>eksperensial</i>)						
1	Saya membeli produk burger king karena aman digunakan					
2	Saya membeli produk burger king karena kualitasnya					

Pengetahuan (<i>intelektual</i>)						
1	Saya membeli produk burger king karena pengetahuan saya terhadap ajaran pokok islam					
2	Saya membeli produk burger king karena mengetahui tentang halal dan haram					
Pengamalan (<i>konsekuensial</i>)						
1	Saya membeli produk burger king karena dapat digunakan untuk sholat					
2	Saya membeli produk burger king karena dapat memberi ketenangan dalam beribadah					

Setifikat Halal (X₂)						
No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
Logo halal penting dalam memilih produk						
1	Terdapat logo halal dalam kemasan produk makanan adalah hal yang penting					
2	Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan					
Memilih produk halal berdasarkan logo halal pada produk						
1	Saya akan memilih produk berdasarkan ada tidaknya logo halal					
2	Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki logo halal					
Membeli tanpa mempertimbangkan institusi						
1	Saya akan tetap membeli produk dari negara lain yang berlogo halal					
2	Saya tetap akan membeli produk halal					

	tanpa mempertimbangkan perusahaan apa yang memproduksi					
Tidak masalah institusi yang membuat logo halal						
1	Saya tidak mempermasalahkan lembaga yang membuat logo halal					
2	Saya mengetahui bahwa beberapa produk mendapatkan sertifikasi halal dari negara lain					
Mengetahui adanya logo halal palsu						
1	Saya akan berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal					
2	Saya dapat membedakan mana logo halal otentik dari MUI dan logo halal yang tidak otentik					
Mengenal perbedaan logo halal yang asli dan palsu						
1	Produk berlogo halal telah lolos tes uji halal oleh MUI					
2	Produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat					

Keputusan Pembelian(Y)						
No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
Pilihan produk						
1	Saya memutuskan membeli produk Burger king karena sesuai kebutuhan					
2	Saya membeli produk Burger king karena makanan cepat saji yang berkualitas					
Keputusan tentang merek						
1	Saya memilih pembelian di Burger king setelah mengetahui kelebihan dari fasilitas dan merek yang diberikan					
2	Saya memilih produk Burger king karena kemudahan proses dan citra mereknya					
Pilihan penyalur						
1	Saya memutuskan membeli produk Burger					

	king karena sudah membandingkan dengan produk lain					
2	Saya memperoleh informasi tentang produk Burger king dari keluarga,teman,atau orang lain					
Waktu pembelian						
1	Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli produk Burger king					
2	Pembelian produk Burger king saya lakukan saat ada promosi atau diskon					
Jumlah pembelian						
1	Saya akan melakukan pembelian ulang pada produk Burger king					
2	Saya memutuskan membeli produk Burger king berdasarkan pengalaman orang lain					

OUTPUT SPSS

1) Uji Validitas Variabel Religiusitas (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.210 [*]	.028	-.002	-.200 [*]	-.121	-.206 [*]	-.184	-.064	.044	.162
	Sig. (2-tailed)		.026	.773	.983	.034	.202	.029	.053	.504	.642	.088
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.210 [*]	1	.070	.117	-.185	-.133	-.212 [*]	-.291 ^{**}	-.208 [*]	-.292 ^{**}	-.023
	Sig. (2-tailed)	.026		.466	.219	.051	.163	.025	.002	.028	.002	.808
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.028	.070	1	-.076	-.096	-.235 [*]	-.100	-.196 [*]	-.152	-.051	.160
	Sig. (2-tailed)	.773	.466		.424	.316	.012	.296	.038	.109	.590	.092
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	-.002	.117	-.076	1	.047	.029	-.107	-.210 [*]	-.295 ^{**}	-.195 [*]	.212 [*]
	Sig. (2-tailed)	.983	.219	.424		.624	.760	.260	.026	.002	.039	.025
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.5	Pearson Correlation	-.200 [*]	-.185	-.096	.047	1	.193 [*]	.060	-.039	-.034	-.108	.219 [*]
	Sig. (2-tailed)	.034	.051	.316	.624		.041	.529	.681	.724	.256	.020
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.6	Pearson Correlation	-.121	-.133	-.235 [*]	.029	.193 [*]	1	.098	.123	.050	.099	.314 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.202	.163	.012	.760	.041		.302	.196	.598	.300	.001
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.7	Pearson Correlation	-.206 [*]	-.212 [*]	-.100	-.107	.060	.098	1	.422 ^{**}	.164	.051	.399 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.029	.025	.296	.260	.529	.302		.000	.084	.597	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.8	Pearson Correlation	-.184	-.291 ^{**}	-.196 [*]	-.210 [*]	-.039	.123	.422 ^{**}	1	.401 ^{**}	.265 ^{**}	.434 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.053	.002	.038	.026	.681	.196	.000		.000	.005	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.9	Pearson Correlation	-.064	-.208 [*]	-.152	-.295 ^{**}	-.034	.050	.164	.401 ^{**}	1	.534 ^{**}	.451 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.504	.028	.109	.002	.724	.598	.084	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.10	Pearson Correlation	.044	-.292 ^{**}	-.051	-.195 [*]	-.108	.099	.051	.265 ^{**}	.534 ^{**}	1	.461 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.642	.002	.590	.039	.256	.300	.597	.005	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1	Pearson Correlation	.162	-.023	.160	.212 [*]	.219 [*]	.314 ^{**}	.399 ^{**}	.434 ^{**}	.451 ^{**}	.461 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.088	.808	.092	.025	.020	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Uji Validitas Variabel Sertifikat Halal (X2)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.210*	.028	-.002	-.200*	-.121	-.206*	-.184	-.064	.044	.162
	Sig. (2-tailed)		.026	.773	.983	.034	.202	.029	.053	.504	.642	.088
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.210*	1	.070	.117	-.185	-.133	-.212*	-.291**	-.208*	-.292**	-.023
	Sig. (2-tailed)	.026		.466	.219	.051	.163	.025	.002	.028	.002	.808
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.028	.070	1	-.076	-.096	-.235*	-.100	-.196*	-.152	-.051	.160
	Sig. (2-tailed)	.773	.466		.424	.316	.012	.296	.038	.109	.590	.092
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	-.002	.117	-.076	1	.047	.029	-.107	-.210*	-.295**	-.195*	.212*
	Sig. (2-tailed)	.983	.219	.424		.624	.760	.260	.026	.002	.039	.025
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.5	Pearson Correlation	-.200*	-.185	-.096	.047	1	.193*	.060	-.039	-.034	-.108	.219*
	Sig. (2-tailed)	.034	.051	.316	.624		.041	.529	.681	.724	.256	.020
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.6	Pearson Correlation	-.121	-.133	-.235*	.029	.193*	1	.098	.123	.050	.099	.314**
	Sig. (2-tailed)	.202	.163	.012	.760	.041		.302	.196	.598	.300	.001
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.7	Pearson Correlation	-.206*	-.212*	-.100	-.107	.060	.098	1	.422**	.164	.051	.399**
	Sig. (2-tailed)	.029	.025	.296	.260	.529	.302		.000	.084	.597	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.8	Pearson Correlation	-.184	-.291**	-.196*	-.210*	-.039	.123	.422**	1	.401**	.265**	.434**
	Sig. (2-tailed)	.053	.002	.038	.026	.681	.196	.000		.000	.005	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.9	Pearson Correlation	-.064	-.208*	-.152	-.295**	-.034	.050	.164	.401**	1	.534**	.451**
	Sig. (2-tailed)	.504	.028	.109	.002	.724	.598	.084	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.10	Pearson Correlation	.044	-.292**	-.051	-.195*	-.108	.099	.051	.265**	.534**	1	.461**
	Sig. (2-tailed)	.642	.002	.590	.039	.256	.300	.597	.005	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1	Pearson Correlation	.162	-.023	.160	.212*	.219*	.314**	.399**	.434**	.451**	.461**	1
	Sig. (2-tailed)	.088	.808	.092	.025	.020	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3) Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations											
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y	
Y.1	Pearson Correlation	1	.502**	.072	-.003	-.057	-.016	-.075	-.084	.025	-.216*	.116	
	Sig. (2-tailed)		.000	.453	.975	.549	.871	.431	.376	.791	.022	.225	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.2	Pearson Correlation	.502**	1	.162	-.010	-.071	-.025	-.093	-.017	.260**	-.140	.235*	
	Sig. (2-tailed)	.000		.089	.919	.457	.790	.329	.863	.006	.141	.013	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.3	Pearson Correlation	.072	.162	1	.247**	.095	.018	.055	-.032	.163	-.161	.154	
	Sig. (2-tailed)	.453	.089		.009	.318	.852	.563	.734	.087	.091	.104	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.4	Pearson Correlation	-.003	-.010	.247**	1	-.057	-.035	.112	-.084	.071	-.069	.139	
	Sig. (2-tailed)	.975	.919	.009		.548	.712	.240	.376	.455	.470	.145	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.5	Pearson Correlation	-.057	-.071	.095	-.057	1	.155	-.061	.175	.046	-.157	.047	
	Sig. (2-tailed)	.549	.457	.318	.548		.103	.521	.066	.631	.098	.626	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.6	Pearson Correlation	-.016	-.025	.018	-.035	.155	1	.072	.129	.061	-.233*	.184	
	Sig. (2-tailed)	.871	.790	.852	.712	.103		.451	.174	.520	.013	.052	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.7	Pearson Correlation	-.075	-.093	.055	.112	-.061	.072	1	.761**	.060	-.062	.433**	
	Sig. (2-tailed)	.431	.329	.563	.240	.521	.451		.000	.528	.518	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.8	Pearson Correlation	-.084	-.017	-.032	-.084	.175	.129	.761**	1	.119	-.054	.471**	
	Sig. (2-tailed)	.376	.863	.734	.376	.066	.174	.000		.213	.570	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.9	Pearson Correlation	.025	.260**	.163	.071	.046	.061	.060	.119	1	-.009	.368**	
	Sig. (2-tailed)	.791	.006	.087	.455	.631	.520	.528	.213		.924	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y.10	Pearson Correlation	-.216*	-.140	-.161	-.069	-.157	-.233*	-.062	-.054	-.009	1	.599**	
	Sig. (2-tailed)	.022	.141	.091	.470	.098	.013	.518	.570	.924		.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	
Y	Pearson Correlation	.116	.235*	.154	.139	.047	.184	.433**	.471**	.368**	.599**	1	
	Sig. (2-tailed)	.225	.013	.104	.145	.626	.052	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4) Uji Reabilitas Variabel Religiusitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
-.345	10

5) Uji Reabilitas Variabel Sertifikat Halal (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
-.040	12

6) Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
-.145	10

7) Uji Normalitas

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.			

8) Uji Linieritas Variabel Religiusitas terhadap Keputusan

Pembelian

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Religiusitas	Between Groups	(Combined)	41.220	9	4.580	1.316	.238
		Linearity	16.553	1	16.553	4.755	.032
		Deviation from Linearity	24.667	8	3.083	.886	.531
	Within Groups		355.057	102	3.481		
	Total		396.277	111			

9) Uji Linieritas Variabel Sertifikat Halal terhadap Keputusan

Pembelian

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Sertifikat Halal	Between Groups	(Combined)	44.437	8	5.555	1.626	.126
		Linearity	2.206	1	2.206	.646	.423
		Deviation from Linearity	42.231	7	6.033	1.766	.102
	Within Groups		351.839	103	3.416		
	Total		396.277	111			

10) Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	42.242	6.122		6.900	.000		
	Religiusitas	.193	.088	.205	2.190	.031	1.000	1.000
	Sertifikat Halal	-.067	.083	-.076	-.809	.420	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

11) Uji Heteroskedastisitas Gleser

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

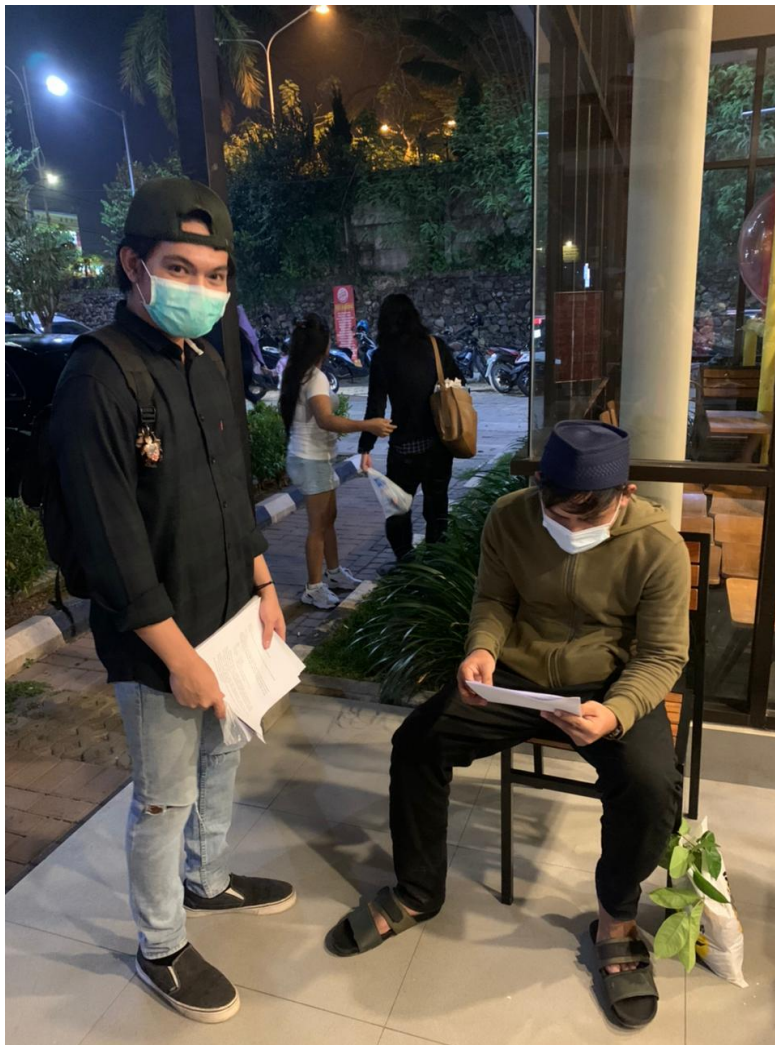
a. Dependent Variable: Abs_RES

12) Uji 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				









بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 مجلس العلماء الإندونيسي
MAJELIS ULAMA INDONESIA
 THE INDONESIAN COUNCIL OF ULAMA

KETETAPAN HALAL
اثبات الحلال
HALAL DECREE

No : 00160069650714 الرقم :

إن مجلس العلماء الإندونيسي - بعد الاختبارات والبحوث - بالإعتماد على فحص المحتويات والإجراءت من Majelis Ulama Indonesia (MUI), setelah melakukan pengujian dan pembahasan, berdasarkan pemeriksaan yang telah dilakukan oleh (The Indonesian Council of Ulama, after examining, and discussing the audit result conducted by):

LEMBAGA PENGKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN DAN KOSMETIKA MAJELIS ULAMA INDONESIA (LFPOM MUI)

قرر بان المنتجات الغذائية أو الأدوية أو مستحضرات التجميل المبين اسمها أدناه حلال حسب متطلبات الشريعة الإسلامية Menetapkan bahwa produk yang disebutkan namanya di bawah ini adalah HALAL menurut Syari'at Islam. (declare that the product stated below as HALAL according to the Islamic Law.)

Jenis Produk	TERLAMPIR	نوع المنتجات
Type of Product	TERLAMPIR	اسم المنتجات
Nama Produk	PT. SARI BURGER INDONESIA (BURGER RING)	اسم الشركة
Name of Product	SAHID SUDIRMAN CENTER 27TH FLOOR, JL. JENDERAL SUDIRMAN KAV. 86	عنوان الشركة
Nama Perusahaan	JAKARTA 10220, INDONESIA	
Name of Company		
Alamat Perusahaan		
Company's Address		

Dikeluarkan di Jakarta pada 10 MARET 2021 أصدرت هذه الشهادة بجاكرتا في
 Issued in Jakarta on 09 MARET 2023

Berlaku sampai dengan 09 MARET 2023 وصالحه إلى

Valid until

مادامت تركيبات المواد المشرابها وعملية إنتاجها ونظام ضمان الحلال (HAS 23000) مطابقة على الشكل الذي قرره قسم الإفتاء بالمجلس selama bahan-bahan, proses produksi, dan Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) yang diterapkan sesuai dengan keputusan Komisi Fatwa MUI. as long as the ingredients, production process, and the implementation of Halal Assurance System (HAS 23000) are in accordance to the decree of Fatwa Commission of the Indonesian Council of Ulama.

سيرة لجنة البحوث في الأاطعمة والأدوية ومستحضرات التجميل بالمجلس

رئيس قسم الإفتاء بالمجلس
 Prof. Dr. H. HASANUDDIN A. RAHMAN

رئيس العام للمجلس
 H. H. MUI ARINTAWAT, M.Si.

K. H. FTACHUL AKHYAR

Riwayat Hidup Penulis



Nama : M. Habibi
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 16 Maret 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
No. Telepon : 085832066440
E-mail : m.habibi1603@gmail.com
Alamat : Jl. Irigasi Lr. Manunggal Rt.056 Rw.015
Kel.Srijaya Kec.Alang-alang Lebar

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 17 Palembang : 2003-2009
2. SMP Negeri 33 Palembang : 2009-2012
3. SMA Negeri 11 Palembang : 2012-2015

Nama Orangtua

1. Ayah : Herry Adam
2. Ibu : Dahniar, S.Kep.