

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Restoran KFC

Logo Restoran KFC



Gambar 4.1. Logo restoran KFC

Kentucky Fried Chicken Indonesia merupakan restoran cepat saji franchise yang dikelola oleh PT. *Fast Food* Indonesia Tbk yang didirikan oleh Gelael Group pada tahun 1978 setelah mendapat hak waralaba dari *KFC Corporation*. Restoran atau gerai KFC pertama kali dibuka pada bulan Oktober 1979 beralamat Jalan Melawai, Jakarta Selatan. Pembukaan Quick Service Restaurant (QSR) pertama ini kemudian diikuti dengan pembukaan gerai KFC di kota-kota besar lainnya di Indonesia antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar dan Manado. Sukses membangun dan mendirikan merek ini, menjadikan KFC sebagai satu-satunya merek waralaba cepat saji yang terkenal dan dominan di Indonesia.

Bergabungnya Salim Group pada tahun 1990 sebagai salah satu pemegang saham utama, semakin mendorong inisiatif ekspansi bisnis Perseroan. Pada tahun 1993 Perseroan terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) dan hal ini merupakan satu langkah untuk meningkatkan pertumbuhan KFC di Indonesia.

Pada tahun 1997 kepemilikan waralaba KFC dialihkan kepada Tricon Restaurant International yang sekarang berganti nama menjadi Yum! *Restaurant International*.

PT. *Fast food Indonesia*, Tbk. memperoleh hak waralaba KFC dari Yum Restaurants International (YRI). Yum Restaurant International (YRI) adalah sebuah badan usaha dari Yum! Brands Inc, yang merupakan sebuah perusahaan publik di Amerika Serikat serta merupakan pemilik waralaba dari empat merek ternama lainnya, yaitu : Pizza Hut, Taco Bell, A&W, dan Long John Silvers. Pada akhir tahun 2011, dua merek lainnya yaitu: A&W dan Long John Silvers sudah tidak bergabung lagi dalam Yum! Brands Inc (<http://www.kfcku.com/>).

Tahun 2007 merupakan sebuah pencapaian bagi KFC Indonesia karena berhasil membuka gerai ke 300 di Cireundeu, Tangerang Selatan. Kemudian pada tahun 2009 perseroan mulai berfokus untuk mengembangkan gerai dengan tipe *free standing* (gerai yang berada di bangunan dan berdiri sendiri) untuk meningkatkan visibilitas merek KFC dan menyediakan *internet corner*, *self service booth* dan KFC Coffee. Pada akhir tahun 2011, perseroan mengoperasikan total 421 gerai yang tersebar di 32 provinsi dari 33 provinsi, di lebih dari 95 kota di seluruh Indonesia dan mempekerjakan sekitar 16.365 karyawan dengan hasil penjualan lebih dari Rp. 3,317 triliun.

Tahun 2015 perusahaan KFC memperkenalkan model gerai skala kecil yang disebut KFC Box untuk menembus area perdagangan yang

kecil. Diawali dengan uji coba pada kuartal terakhir 2014 dengan membuka 4 gerai, kemudian dikembangkan lebih lanjut pada 2015 dengan membuka gerai KFC Box lainnya. Selanjutnya tahun 2017 KFC mendirikan gerai KFC tematik yang beralamat di Paramount Serpong, merupakan gerai ke 600. KFC tematik ini merupakan gerai tematik pertama dengan tema “barnyard” yang dilengkapi dengan fasilitas teknologi terkini dan desain restoran yang unik (<http://www.kfcku.com/>).

Produk-produk utama KFC, *Colonel's Original recipe* dan *Hot & Crispy*, secara konsisten tetap menjadi produk ayam goreng paling disukai diantara semua merek restoran cepat saji lainnya berdasarkan berbagai survei konsumen di Indonesia. Produk-produk KFC dikelompokkan dalam beberapa kategori antara lain, menu Goceng, menu Praktis, dan menu paket kombinasi lainnya. KFC selalu memberikan keragaman pada setiap kategorimenunya, pilihan menu diganti dari waktu ke waktu untuk disesuaikan dengan selera konsumen. Perseroan selalu memonitor kondisi pasar dan citra merek KFC secara keseluruhan dan mendapatkan respon dari konsumen tentang kualitas produk, layanan, dan fasilitas melalui survei rutin yang disebut dengan *Brand Image Tracking Study (BITS)*, yang dilakukan oleh agensi survei independent. BITS adalah survei untuk mengetahui persepsi konsumen dan citra merek KFC, diukur bersamaan dengan merek utama lainnya dalam industry restoran cepat saji. Sebagai pelengkap survei ini untuk tujuan perbandingan dan kalibrasi, dua jenis survei lainnya dilakukan *CHAMPS Management System (CMS)* dan

CHAMPS Excellence Review (CER), masing-masing dilakukan oleh agensi survei independent lain dan Departemen QA. CMS adalah survei untuk menilai langsung kualitas produk, layanan dan fasilitas yang tersedia di KFC dibandingkan dengan yang diharapkan. Sedangkan CER adalah survei untuk mengkalibrasi apa yang telah dilakukan dan dibandingkan dengan prosedur standar (<http://www.kfcku.com/>).

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner penelitian yang disebar tentang pengaruh religiusitas dan sertifikat halal terhadap keputusan pembelian Produk Makanan KFC Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang dapat diperoleh karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Pengelompokan responden ini dapat membantu memberi gambaran karakteristik responden yang diteliti.

1. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. 4. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Jeniskelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	54	43.2	43.2	43.2
	Perempuan	71	56.8	56.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber :*output* SPSS data diolah, 2023

Berdasarkan keterangan tabel dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 54 orang (43.2%) dan responden perempuan berjumlah 71 orang (56.8%). Artinya responden terbanyak

adalah perempuan.

2. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. 5. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	15-25 Tahun	79	63.2	63,2	63.2
	26-35 Tahun	40	32.0	32,0	32.0
	36-45 Tahun	6	4,80	4,80	4.80
	Total	125	100.0	100,0	100.0

Sumber: *ouput* SPSS data diolah, 2023

Berdasarkan keterangan pada tabel bahwa responden berusia 15-25 tahun sebanyak 79 orang, 26-35 tahun sebanyak 40 orang dan 36 – 45 tahun sebanyak 6 orang. Artinya responden terbanyak berusia 15 – 25 Tahun.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Dalam uji validitas ini dibandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} ini dicari menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan melihat (jumlah subjek) dikurangi 2 ($df=N-2$) pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung yaitu $n=125$, jadi $df=125-2=123$. Dengan tingkat signifikansi 0,05 didapat r_{tabel} $df=123$ adalah 0,175. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Pertanyaan 1	0,449	0,175	Valid
	Pertanyaan 2	0,474	0,175	Valid
	Pertanyaan 3	0,535	0,175	Valid
	Pertanyaan 4	0,491	0,175	Valid

Label Halal X1	Pertanyaan 5	0,629	0,175	Valid
	Pertanyaan 6	0,619	0,175	Valid
	Pertanyaan 7	0,554	0,175	Valid
	Pertanyaan 8	0,590	0,175	Valid
	Pertanyaan 9	0,658	0,175	Valid
	Pertanyaan10	0,515	0,175	Valid
	Pertanyaan 11	0,543	0,175	Valid
	Pertanyaan 12	0,497	0,175	Valid
Kualitas Produk X2	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Pertanyaan 1	0,616	0,175	Valid
	Pertanyaan 2	0,586	0,175	Valid
	Pertanyaan 3	0,663	0,175	Valid
	Pertanyaan 4	0,509	0,175	Valid
	Pertanyaan 5	0,669	0,175	Valid
	Pertanyaan 6	0,538	0,175	Valid
	Pertanyaan 7	0,419	0,175	Valid
	Pertanyaan 8	0,443	0,175	Valid
	Pertanyaan 9	0,531	0,175	Valid
	Pertanyaan10	0,334	0,175	Valid
Religiusitas X3	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Pertanyaan 1	0,502	0,175	Valid
	Pertanyaan 2	0,633	0,175	Valid
	Pertanyaan 3	0,576	0,175	Valid
	Pertanyaan 4	0,542	0,175	Valid
	Pertanyaan 5	0,685	0,175	Valid
	Pertanyaan 6	0,479	0,175	Valid
	Pertanyaan 7	0,260	0,175	Valid
	Pertanyaan 8	0,500	0,175	Valid
	Pertanyaan 9	0,526	0,175	Valid
Keputusan Pembelian Y	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Pertanyaan 1	0,296	0,175	Valid
	Pertanyaan 2	0,383	0,175	Valid
	Pertanyaan 3	0,615	0,175	Valid
	Pertanyaan 4	0,502	0,175	Valid
	Pertanyaan 5	0,500	0,175	Valid
	Pertanyaan 6	0,407	0,175	Valid
	Pertanyaan 7	0,425	0,175	Valid
	Pertanyaan 8	0,508	0,175	Valid
	Pertanyaan 9	0,397	0,175	Valid

	Pertanyaan10	0,392	0,175	Valid
--	--------------	-------	-------	-------

Sumber:Output SPSS data diolah,2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,175) dan bernilai positif. Sehingga dinyatakan valid

2. Uji Realibilitas

Dalam suatu kusioner dapat dikatakan reliabel apabila setiap variabel mempunyai *cronbach's Alpa* $> 0,60$.

Tabel 7.4. Hasil Uji Realibilitas Per Item

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Label Halal	0,788	12	Reliabel
Kualitas Produk	0,712	10	Reliabel
Religiusitas	0,646	9	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,549	10	Tidak Reliabel

Sumber:Output SPSS data diolah,2023

Tabel 4.8. Hasil Uji Realibilitas Per Item

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,806	41

Sumber:Output SPSS data diolah,2023

Tabel diatas dapat diketahui bahwa darimasing-masingvariabel memiliki *cronbach's Alpa* $> 0,60$,dengan demikian variabel label halal,kualitas produk, religiusitas 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 ber distribusi Normal atau tidak. Pada Uji T (parsial) dan F (simultan) residual dinyatakan berdistribusi Normal atau tidak dapat diasumsikan melalui analisis grafik dan uji statistik Kolmogorof Smirnov (K-S) dengan membuat hipotesis nol (H_0) data berdistribusi dan hipotesis alternatif (H_a) data berdistribusi tidak normal.

Dengan menggunakan uji statistik yang non parametris 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. 9.Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,22436041
Most Extreme Differences	Absolute		,087
	Positive		,062
	Negative		-,087
Test Statistic			,087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,020
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		,023
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,019
		Upper Bound	,027
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Sumber: *Output SPSS data diolah, 2023*

Berdasarkan hasil output uji normalitas pada tabel terdapat nilai signifikan yang dihasilkan oleh uji normalitas sebesar $.020 > 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal

2. Uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan tes for linearity dengan pada taraf signifikan 0,05. 3 variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 4.10. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity.Sig
Label Halal	.044
Kualitas produk	.532
Religiusitas	.001

Sumber: *Output* SPSS data diolah, 2023

Berdasarkan hasil output pada tabel nilai signifikan yang dihasilkan oleh variabel label halal sebesar $0.044 > 0,05$, kualitas produk sebesar $0.523 > 0,05$ dan religiusitas sebesar $0.001 > 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel label halal dan kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian terdapat hubungan linier.

3. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dan model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak

adanya multikolinearitas alat yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan *variance imflation Factor* atau VIF. Apabila VIF berada di bawah 10,00 dan nilai toleransi lebih dari 0,10 maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 4. 11. Hasil Uji Multikolinearitas *tolerance* dan VIF

Variabel	Tolerance	VIF
Label Halal	.869	1,151
Kualitas Produk	.809	1,237
Religiusitas	.881	1,136

Sumber: *Output SPSS data olah, 2023*

Berdasarkan tabel diatas , dengan melihat nilai *tolerance* X1 (0,869) ,X2 (0,80) dan X3 (0,81) > 0,1 dan nilai VIF X1 (1,151),X2(1,237) dan X3 (1,136) < 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini dapat dinyatakan “tidak mengandung Multikolinearitas”.

E. Analisis Regresi 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 mode regresi penelitian ini menggunakan metode *Glejser*. Model Regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas yang berarti varians dari

residuak harus konstan untuk keseluruhan variabel dengan menilai melihat nilai sig > 0,05.

Tabel 4. 12. Hasil uji heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,180	2,764		,789	,432		
	Total_X1	-,049	,038	-,123	-1,275	,205	,869	1,151
	Total_X2	,052	,051	,103	1,025	,307	,809	1,237
	Total_X3	-,004	,054	-,008	-,081	,935	,881	1,136

a. Dependent Variable: AbsRes1

Sumber: *Output SPSS data diolah, 2023*

Berdasarkan Output tabel di atas dapat diketahui bahwa Sig label Halal (0,20) kualitas produk (0,31) dan religiusitas (0,94) >),0,05, maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi ini dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

a. Uji Parsial (Uji t)

mUji T digunakan untuk menguji variabel independen atau bebas secara parsial terhadap variabel dependen atau terikat. Dalam penelitian ini, uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel label Halal, kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang untuk melihat hasil perhitungan Uji T pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32,797	1,347		24,356	<,001
	Total_X1	,099	,019	,376	5,341	<,001
	Total_X2	-,066	,025	-,193	-2,648	,009
	Total_X3	,219	,026	,579	8,294	<,001

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel diatas dipeloreh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk=(n-k)$ atau $(125-2=123)$,sehingga dipeloreh nilai t tabel =1,980 ,maka dapat diketahui setiap Variabel sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS.29 seperti tabel di atas variabel yang label halal (X1) memiliki t hitung senilai 5,341 dengan nilai sig .001. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan dengan nilai T hitung $> t$ tabel atau $-t$ hitung $< - t$ tabel atau jika signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima hasil penelitian. Pada penelitian ini memperoleh nilai T hitung lebih dari t tabel itu dan nilai signifikan sebesar 0,00 Kurang dari 0,05 maka dapat simpulkan bahwa hipotesis menyatakan bahwa hasil dari variabel label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.

2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS.29 seperti tabel di atas variabel yang Kualitas Produk (X2) memiliki t hitung senilai $-.2,648$ dengan nilai sig $.009$. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan dengan nilai T hitung $> t$ tabel atau $-t$ hitung $< -t$ tabel atau jika signifikansi kurang dari $0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ditolak pada hasil penelitian. Pada penelitian ini memperoleh nilai T hitung kurang dari t tabel itu dan nilai signifikan sebesar $0,00$ Kurang dari $0,05$ maka dapat simpulkan bahwa hipotesis menyatakan bahwa H_0 ditolak dan hasil variabel Kualitas produk tidak berpengaruh positif (negatif) tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.
3. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS.29 seperti tabel di atas variabel yang Religiusitas (X3) memiliki t hitung senilai $8,294$ dengan nilai sig $.001$. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan dengan nilai T hitung $> t$ tabel atau $-t$ hitung $< -t$ tabel atau jika signifikansi kurang dari $0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima hasil penelitian. Pada penelitian ini memperoleh nilai T hitung lebih dari t tabel itu dan nilai signifikan sebesar $0,00$ Kurang dari $0,05$ maka dapat simpulkan bahwa hipotesis menyatakan bahwa hasil dari variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.

b. Uji f

uji F hitung pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel Variabel label Halal kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang nah suatu variabel dianggap berpengaruh apabila F hitung kurang lebih dari tabel dan dinyatakan signifikan apabila nilai sig < 0,05 untuk Hasil pengujian V dihitung pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,427	3	18,142	37,233	<,001 ^b
	Residual	58,960	121	,487		
	Total	113,387	124			
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian						
b. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk, Religiusitas						

Sumber: *Output* SPSS data diolah, ytg2023

Berdasarkan hasil perhitungan uji F pada tabel di atas, diperoleh F hitung sebesar 37,233 untuk menentukan F tabel dengan tingkat signifikan 5% serta *degree of freedom* (derajat kebebasan), $df=(n-k)$ atau $(125-2)=123$, maka dapat diperoleh untuk F tabel senilai 1,3459. Maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel ($37,23 > 1,35$) dengan diperoleh nilai sig $0,00 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara label halal, kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian Produk makanan KFC Demang Lebar Daun

kota Palembang.

c. Uji koefisien Determinan

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

Tabel 4.15. Hasil Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.573	1.516
a. Predictors: (Constant), Label halal,kualitas Produk, Religiusitas				
b. Dependent Variable : Keputusan Pembelian				

Sumber: *output* SPSS data diolah,2023

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi pada tabel, nilai Koefisien Determinasi (Adj R²) sebesar 0,573 yang artinya hal ini mengidentifikasi bahwa kontribusi variabel bebas (*independent*) yaitu variabel label halal (X1),kualitas produk (X2) dan religiusitas (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Produk makanan KFC Demang Lebar Daun kota Palembang.

F. Pembahasan Hasil penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Label Halal (X1),Kualitas Produk (X2) dan Religiusitas (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) produk makanan KFC Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.

Pembahasan dan hasil sebagai berikut:

1. Label Halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan KFC Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang

Ada beberapa jenis pengertian label tertentu yang memiliki arti berbeda. Pertama, pelabelan produk adalah pengenalan suatu produk dengan tujuan pemuatan informasi tentang produk atau penjualan produk tersebut. Kedua, label merek (brand label) adalah nama merek yang melekat pada kemasan produk, dan label grade menunjukkan kualitas produk. Label ini dapat menggunakan huruf, angka atau cara lain untuk menunjukkan tingkat kualitas produk itu sendiri. Ketiga, label deskriptif mencantumkan konten, menjelaskan tujuan, dan mencantumkan fitur produk lainnya. Label merupakan elemen produk yang sangat penting yang perlu mendapat perhatian yang cermat untuk menarik konsumen.⁶¹ Ketiga macam label secara fungsional tersebut digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian produk makanan KFC yang memiliki label halal dalam penelitian ini.⁶² Setelah dilakukan pengujian dan analisis data, dalam hipotesis pertama disebutkan, bahwa hasil dari pengujian pengaruh variabel label halal terhadap keputusan pembelian memiliki efek atau pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,341 dengan nilai sig .001. Maka Diperoleh nilai T hitung lebih dari t tabel itu dan nilai signifikan

⁶¹ Henry Simamora, Manajemen Pemasaran Internasional, th, 2000

⁶² Ibid., th, 2018

sebesar 0,00 Kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan bahwa hasil dari variabel label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.

Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan oleh Habibi yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Label Halal terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Desmayonda & Ferlina, Trenggana yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian.⁶³

2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh Negatif akan tetapi signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan KFC Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang

Kualitas produk merupakan senjata serta strategi yang begitu potensial untuk mengalahkan persaingan demikian pendapat Kotler dan Armstrong.⁶⁴ Sehingga Tono kemudian memberikan beberapa dimensi untuk mengidentifikasi kualitas produk seperti indikator atau sesuai dengan persyaratan kecocokan untuk pemakaian, bebas dari kerusakan atau cacat, serta perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan dan produk tersebut dapat memberi kebahagiaan.⁶⁵

⁶³ Desmayonda, A., & Trenggara, A. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Dinamika Ekonomi; Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(10), 180-196

⁶⁴ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran., 203.

⁶⁵ 58 Fandi., Tjiptono, Prinsip-Prinsip.. Total Quality Service, 2

Setelah dilakukan pengujian dan analisis data, diperoleh hasil temuan bahwa kualitas produk (X2) tidak berpengaruh positif (Negatif) akan tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang. Hal ini ditunjukkan dengan diperoleh nilai $t_{hitung} -2,648$ dengan nilai sig $.009$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ditolak hasil penelitian. Pada penelitian ini memperoleh nilai T hitung kurang dari t tabel itu dan nilai signifikan sebesar $0,00$ Kurang dari $0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan bahwa hasil dari variabel Kualitas produk tidak berpengaruh positif (negatif) tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.

Hal ini berbeda dengan Penelitian yang dilakukan oleh Lucky Aminudin juga mengungkapkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dengan nilai $t_{hitung} 221.518$ yang memiliki nilai lebih besar dari pada t tabel sebesar $1,984$ dan signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Penelitian ini memiliki sampel sebanyak seratus orang yang memutuskan membeli di KFC Mega Mas Manado.

Kemudian penelitian Hery Winoto Tj menunjukkan bahwasanya kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian minuman boba. Karena p-value $0,023$ kurang dari $0,05$, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk

merupakan aspek penting yang dipertimbangkan konsumen ketika membuat keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seratus responden yang memutuskan untuk mempertimbangkan kualitas produk saat membeli minuman bobba.⁶⁶

3. Religiusitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan KFC Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang

Religiusitas menurut Whiteley⁶⁷ adalah ekspresi sejauh mana orang terlibat dalam suatu agama mereka dan kedua, menurut Saroglou, sejauh mana orang mengintegrasikan agama atau mengacu pada transendensi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Luasnya definisi ini memungkinkan pengembangan skala untuk mengukur religiusitas dengan cara yang lebih bermakna dan memang, berbagai ukuran telah dibangun di sepanjang skala ini. Sementara Jalaludin mendefinisikan religiusitas merupakan suatu sistem kepercayaan dan sikap dan ritual yang mengaitkan individu dengan makhluk atau hal yang berhubungan dengan tuhan.⁶⁸

Religiusitas adalah suatu keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam hal meyakini suatu ajaran gama yang dianutnya dan diwujudkan dalam pengamalan nilai, aturan, kewajiban sehingga

⁶⁶ Heri, Winoto tj. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi Oleh Strategi Promosi, *Syntax literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1556-1557

⁶⁷ I B. E...Whitley Jr, "Religiosity..and Attitudes..toward Lesbians and Gay Men: A Meta-Analysis. *Internationa*

⁶⁸ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, 15

mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari.⁶⁹

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung memiliki t hitung senilai 8,294 dengan nilai sig .001, Pada penelitian ini memperoleh nilai T hitung lebih dari t tabel itu dan nilai signifikan sebesar 0,00 Kurang dari 0,05., maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel Religiusitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Produk Makanan KFC cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Religiusitas pelanggan memilih membeli produk KFC 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 reunion dalam hal menjalin hubungan silaturahmi dan sebagainya.

⁶⁹Quraish Shihab, *menabur Pesan Ilahi :Al-Qur'an dan DinamikaKhidupan Masyarakat* (Jakarta:Lentera Hati, 2006), Hal 3

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syamsuri yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian.⁷⁰ Adapun hasil penelitian yang tidak didukung yang dilakukan oleh Retno, Fauzia, Pangestuti, Samira & Bafadhal (yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Religiusitas.⁷¹

4. Pengaruh Label Halal, kualitas produk dan Religiusitas (X1, X2, X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Setelah dilakukan pengujian dan analisis data, bahwa hasil temuan label halal (X1), religiusitas (X2), harga (X3) dan kualitas produk (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil yang menunjukkan dalam tabel ANOVA b dengan nilai F sebesar $37,23 > F$ Tabel 21,35 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis keempat yang menyatakan “Diduga Label Halal, Kualitas Produk dan Religiusitas Berpengaruh Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan KFC Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang” Adalah diterima

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Akhy yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian. Adapun

⁷⁰ Andriani Samsuri. *Literasi Keuangan, Toleransi Risiko, Persepsi Risiko Dan Niat Berinvestasi*. (Disertasi Thesis, Universitas Airlangga, 2020)

⁷¹ Retno, Fauzia, Pangestuti, Samira & Bafadhal, *Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian*. 66(1), 2019

hasil penelitian yang tidak didukung yang dilakukan oleh Rizki, Surya and Mubyanto, Novi and Anita, Efni yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara sertifikat halal terhadap Keputusan Pembelian.⁷²

⁷² Rizki, Surya, Mubyanto&Anita,Efni.*Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen (Studi kasus Pada Usaha Rempyek Kecamatan Jelutung Kota Jambi*. Skripsi. 2023