



Pengaruh Sertifikasi Halal, Kemasan, dan Harga Terhadap Minat Beli Tiwul Instan

Krisna Adji Pratama¹, Joko Fitra²

^{1,2}Universitas Putra Bangsa

krisnaadji27@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received:

Accepted:

Published:

Keywords:

Purchase Interest, Halal Certification, Packaging, and Price

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of halal certification, packaging, and price on buying interest in instant tiwul of Cahaya UKM in Kebumen District by using a Likert Scale. This study took a sample of 100 respondents from UKM Cahaya in the District of Kebumen. The hypothesis was tested using the SPSS 25.0 for windows program. The results of this study indicate that halal certification has an effect on buying interest. Packaging affects buying interest. Price affects buying interest. And together with halal certification, packaging and price affect buying interest.

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki beragam ekosistem sangat cocok bila bahan pangan pokok penduduknya beragam. Menurut Hubeis (2012) Penyediaan bahan pangan sesuai potensi daerah masing-masing akan sangat memudahkan masyarakat karena masyarakat dapat mencukupi kebutuhan pangan dengan apa yang tersedia didaerahnya.

Salah satu sumber pangan di Indonesia adalah singkong. Singkong menjadi salah satu sumber makanan sepanjang masa, termasuk dalam kondisi krisis atau darurat. Menurut Soetanto (2001) Singkong (Manihot utilissima) merupakan komoditas hasil pertanian yang banyak ditanam di Indonesia dan merupakan sumber karbohidrat yang penting setelah beras, dengan kandungan karbohidrat adalah 34,7%. Menurut Masniah & Yusuf (2013) singkong merupakan salah satu tanaman sumber karbohidrat alternatif yang banyak dikonsumsi di beberapa daerah di Indonesia sebagai pangan pokok pengganti nasi.

Menurut data BPS (2019) produktivitas singkong di Jawa Tengah lebih tinggi (2.556.459 kuintal) dibanding rata-rata produktivitas singkong di Indonesia. Kecamatan Kebumen, merupakan salah satu sentra penghasil singkong dengan produktivitas sebesar 45.809 kuintal. Banyaknya produksi ubi kayu menyebabkan orang tertarik untuk mengolahnya menjadi makanan. Salah satu olahan singkong yang biasa diproduksi di pulau Jawa adalah tiwul atau oyek. Tiwul adalah salah satu makanan tradisional yang terbuat dari tepung mokaf (ubi kayu yang dikeringkan dan dibuat tepung) dan dimakan bersama kelapa parut. Nasi tiwul seperti yang diketahui banyak beredar di pasaran, merupakan makanan yang

sudah ada sejak jaman dahulu, seiring berkembangnya zaman makanan tradisional ini mengalami perkembangan dan inovasi dari segi kualitas, kemasan, sampai varian rasa. Salah satu perkembangan tiwul menjadi tiwul instan.

Tiwul instan berkembang untuk meningkatkan umur simpan dan kesegarannya. Tiwul instan dibuat dari tepung ubi kayu dengan penambahan sedikit air, gula dan garam yang dicampur sampai homogen kemudian dibentuk granula yang selanjutnya dikukus selama 20 - 30 menit (Hidayat et al., 2012). Demi untuk memperpanjang umur simpan dan kualitasnya, tiwul instan biasanya dikemas dengan bahan seperti plastik atau aluminium foil. Saat ini tiwul instan mulai di produksi oleh UKM di berbagai daerah, salah satunya di Kecamatan Kebumen.

Di Kecamatan Kebumen terdapat beberapa UKM yang memproduksi tiwul instan salah satunya yaitu, UKM Cahaya. UKM Cahaya adalah produsen tiwul instan yang cukup terkenal di Kecamatan Kebumen berdiri sejak tahun 2017 yang beralamat di desa Tanggulangin. Demi meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk tiwul instannya, UKM Cahaya mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Kemudian pada tahun 2018 produk tiwul instan UKM Cahaya resmi mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. UKM Cahaya memproduksi tiwul instan dengan berbagai varian rasa antara lain rasa pandan, gula jawa,

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik UKM, salah satu hal yang penting untuk membuat kepercayaan konsumen khususnya pada produk lokal yaitu, adanya sertifikasi halal dari MUI. Hal ini dikarenakan karena masih banyak konsumen yang belum percaya bahwa produk lokal diproduksi sesuai dengan pedoman prosedur halal MUI, banyaknya berita yang beredar tentang produksi makanan tidak higienis prosesnya sampai bahannya tidak sesuai dengan komposisi yang tertera di kemasan menyebabkan konsumen menjadi kurang percaya dengan produk lokal, karena didalam produk ada pewarna makanan yang tidak sesuai standar.

Menurut Riaz dan Chaudry (2003:170) Sertifikasi Halal didefinisikan sebagai dokumen yang dikeluarkan oleh sebuah organisasi Islam yang menyatakan bahwa produk yang tercantum di dalamnya memenuhi pedoman Islam sebagaimana didefinisikan oleh lembaga sertifikasi tersebut. Pemerintah Kebumen telah memberikan dukungan terhadap pelaku usaha untuk mendapatkan labelisasi halal dengan gratis. Hal ini mendukung produk lokal dapat memberikan jaminan kepada masyarakat tentang kehalalan produknya. Latief (2015) Label halal tidak hanya pemasangan logo halal dari MUI namun juga meliputi komposisi bahan dan nilai gizi suatu produk yang ditampilkan pada kemasan.

Seiring berkembangnya zaman, strategi teknik pengemasan merupakan bagian dari gaya hidup dan nilai untuk bersaing. Kemasan juga merupakan salah satu proses yang paling penting untuk menjaga kualitas produk pangan selama penyimpanan, transportasi, dan penggunaan akhir. Kemasan yang baik tidak hanya sekedar untuk menjaga kualitas makanan tetapi juga secara signifikan memberikan keuntungan dari segi pendapatan. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler (2009) kemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Kemasan yang menarik memberikan nilai tambah pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan

mutunya hampir sama. Perbedaan tersebut terlihat dari label yang biasanya terdapat di kemasan produk.

Pada umumnya konsumen akan cenderung memilih produk makanan dengan kemasan menarik, dibandingkan dengan produk yang kemasannya polos atau sederhana dan tidak menarik. Seperti halnya produk tiwul kemasan yang baik menambah nilai dari suatu produk sehingga mempengaruhi harga dari produk tersebut.

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga didefinisikan secara sempit adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara untuk mengalokasikan daya belinya pada barang. Jika harga produk tidak terjangkau oleh pembeli, maka produk tidak akan terserap oleh pasar. Jika pihak produsen atau penjual memperhatikan fungsi-fungsi tersebut maka kelancaran penjualan produk dapat diharapkan. Tjiptono (1997:173) Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan laba rugi perusahaan. Ketepatan menentukan harga di pasar akan membawa kesuksesan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya.

Kajian Teori dan Telaah Literatur

Minat Beli

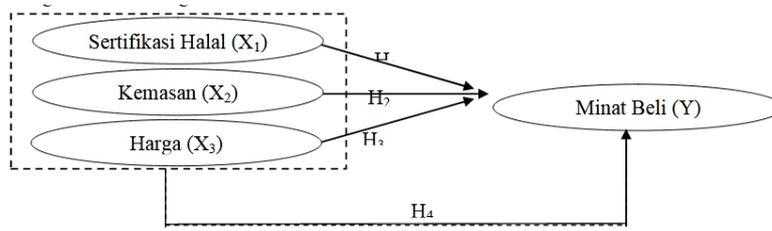
Minat Beli (*purchase intention*) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, Henry : 2001). Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat beli merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan untuk memilih, menggunakan, mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan.

Sertifikasi Halal

Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Menurut Riaz dan Chaudry (2003:170) Sertifikasi Halal didefinisikan sebagai dokumen yang dikeluarkan oleh sebuah organisasi Islam yang menyatakan bahwa produk yang tercantum di dalamnya memenuhi pedoman Islam sebagaimana didefinisikan oleh lembaga sertifikasi tersebut. Sertifikasi halal merupakan langkah maju dalam memberikan jaminan kehalalan sebuah produk, untuk mendukung pelaksanaan itu harus di ciptakan standarisasi auditing terhadap jaminan halal. Produk dengan jaminan halal merupakan persyaratan pertama untuk dapat diterima dengan baik oleh konsumen muslim.

Kemasan

Kemasan menurut Kotler dan Amstong (2008:275) adalah aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Bungkus atau kemasan menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama. Perbedaan tersebut akan terlihat dari label yang biasanya dalam kemasan produk.



Gambar 1. Model Empiris

- H1 : Sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli.
- H2 : Kemasan berpengaruh terhadap minat beli.
- H3 : Harga berpengaruh terhadap minat beli.
- H4 : Sertifikasi halal, kemasan, dan harga berpengaruh terhadap minat beli.

Metode Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis dan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Kebumen dengan mengambil sampel 100 responden.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara : (1) Menyebar langsung kuisisioner langsung kepada masyarakat di Kecamatan Kebumen, (2) wawancara, (3) Studi Pustaka. Instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang ditujukan untuk memperoleh jawaban dari responden. Dalam perhitungan pengolahan data, peneliti menggunakan alat bantu berupa program aplikasi komputer SPSS for windows 25.0. Adapun analisis yang digunakan yaitu Uji Instrumen meliputi (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik meliputi (Uji multikolinearitas, uji Heterokedastisitas dan Uji Normalitas, Uji Hipotesis yang meliputi: Uji Parsial (Uji t) dan Uji Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang. Maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Presentase (%)
1.	Laki-laki	30	30%
2.	Perempuan	70	70%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang (30%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang (70%), sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Responden	Presentase (%)
1.	18-21	41	41%
2.	22-25	40	40%
3.	26-30	7	7%
4.	31-35	2	2%
5.	36-40	6	6%
6.	> 40	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan jumlah responden yang berusia 18-21 tahun sebanyak 41 orang (41%), responden yang berusia 22-25 tahun sebanyak 40 orang (40%), responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 7 orang (7%), responden yang berusia 31-35 tahun sebanyak 2 orang (2%), responden yang berusia 36-40 tahun sebanyak 6 orang (6%) dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 4 orang (4%), sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berusia 18-21 tahun.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Responden	Presentase (%)
1.	PNS	5	5%
2.	Wirausaha	12	12%
3.	Karyawan Swasta	32	32%
4.	Pelajar/Mahasiswa	30	30%
5.	Lainnya	21	21%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan jumlah responden dalam penelitian ini yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 5 orang (5%), wirausaha sebanyak 12 orang (12%), karyawan swasta sebanyak 32 orang (32%), pelajar/mahasiswa sebanyak 30 orang (30%) dan pekerjaan lainnya yang tidak dapat masuk dalam kategori sebanyak 21 orang (21%), sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki status pekerjaan sebagai karyawan swasta di sekitar Kecamatan Kebumen.

Analisis Statistik

Analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu analisis yang berasal dari 100 responden yang berada di Kecamatan Kebumen.

Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Sebaliknya, suatu instrumen dinyatakan tidak valid apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan rumus $df = n-2$ atau $(100-2 = 98)$ dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100 responden dan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka besarnya nilai r_{tabel} diperoleh 0,196.

Hasil uji validitas variabel minat beli sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Minat Beli	1	0,766	0,196	Valid
	2	0,844	0,196	Valid
	3	0,795	0,196	Valid
	4	0,661	0,196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,195 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa empat item butir pernyataan pada variabel minat beli dinyatakan valid.

Hasil uji validitas variabel sertifikasi halal sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Sertifikasi Halal

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Sertifikasi Halal	1	0,580	0,196	Valid
	2	0,594	0,196	Valid
	3	0,613	0,196	Valid
	4	0,550	0,196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa empat butir pernyataan pada variabel sertifikasi halal dinyatakan valid.

Hasil uji validitas variabel kemasan sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Kemasan	1	0,828	0,196	Valid
	2	0,838	0,196	Valid
	3	0,812	0,196	Valid
	4	0,812	0,196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 6 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa empat butir pernyataan pada variabel kemasan dinyatakan valid.

Hasil uji validitas variabel harga sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Harga	1	0,805	0,196	Valid
	2	0,799	0,196	Valid
	3	0,679	0,196	Valid
	4	0,658	0,196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 7 bahwa hasil dari pengujian validitas dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa empat butir pernyataan pada variabel harga dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan one shot dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*.

Analisis terhadap hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan programisasi komputer dengan program SPSS 25.0 for windows yang mengacu pada rumus *Cronbach's Alpha* dengan kriteria pengujian uji realibilitas (Ghozali, 2009):

1. Jika Alpha Cronbach $> 0,60$ atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliable
2. Jika Alpha Cronbarch $< 0,60$ atau 60%, maka variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	r_{kritis}	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket.
1	Minat Beli	0,60	0,769	Reliabel
2	Sertifikasi Halal	0,60	0,702	Reliabel
3	Kemasan	0,60	0,838	Reliabel
4	Harga	0,60	0,713	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 8, hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa kuesioner untuk seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel. Hal ini dilihat dari hasil koefisien *Cronbach's Alpha* yang bernilai $>$ dari 0,60. Nilai *cronbach's alpha* untuk variabel minat beli sebesar 0,769, sertifikasi halal sebesar 0,702, variabel kemasan sebesar 0,838, dan variabel harga sebesar 0,713.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Model regresi dikatakan bebas dari multikolonieritas apabila memiliki VIF 10 dan mempunyai angka *Tolerance* 0,1. Berikut hasil uji multikolonieritas sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Pengujian Multikolinearitas

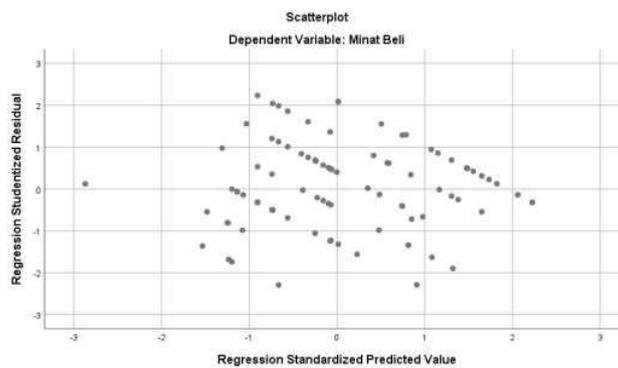
Coefficients ^a			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Sertifikasi Halal	.822	1.217
	Kemasan	.742	1.348
	Harga	.779	1.284

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa hasil uji multikolonieritas mempunyai nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas antara variabel bebas, sehingga model regresi pada penelitian ini dapat dipakai.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residua disuatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil analisis uji heteroskedastisitas diperoleh sebagai berikut:



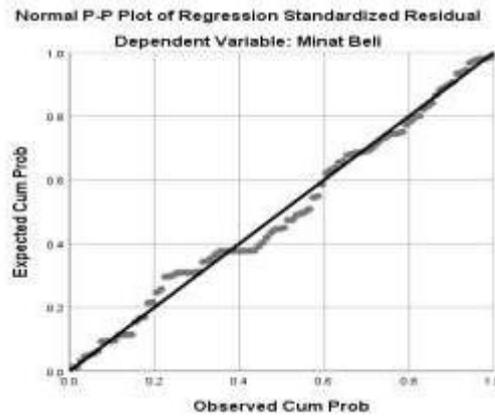
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data Diolah, Tahun 2021

Berdasarkan gambar 2 di atas, menunjukkan bahwa bulatan-bulatan kecil tidak memiliki pola tertentu, seperti titik-titik atau bulatan yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variable residual memiliki distribusi normal. Hasil analisis uji normalitas diperoleh sebagai berikut:



Gambar 3. Uji Normalitas

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Gambar 3 hasil uji normalitas diatas, diketahui bahwa titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi normalitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Anlisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Sertifikasi Halal, Kemasan dan Harga terhadap Minat Beli. Adapun hasil dari perhitungan regresinya adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta			
	B	Std. Error		t	Sig.	
1	(Constant)	1.262	1.157		1.091	.278
	Sertifikasi Halal	.220	.066	.254	3.336	.001
	Kemasan	.209	.076	.221	2.753	.007
	Harga	.515	.086	.468	5.987	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data primer diolah, 2021

Uji Hipotesis Partial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi secara parsial atau sendiri-sendiri antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai t_{tabel} dari perhitungan rumus $df = n-k$ ($100-4 = 96$), dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%, sehingga dihasilkan angka t_{tabel} sebesar 1,984. Hasil uji parsial atau uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji t

Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
			Std. Error			
1	(Constant)	1.262	1.157		1.091	.278
	Sertifikasi Halal	.220	.066	.254	3.336	.001
	Kemasan	.209	.076	.221	2.753	.007
	Harga	.515	.086	.468	5.987	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. sehingga dapat dilihat hasil uji t yang menunjukkan hasil pengaruh tiap variabel.

Tabel 12. Hasil Pengaruh Variabel

No	Hipotesis	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Konseptual
1	H ₁	Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli	3.336	1,984	Diterima
2	H ₂	Kemasan terhadap Minat Beli	2.753	1,984	Diterima
3	H ₃	Harga terhadap Minat Beli	5.987	1,984	Diterima

Sumber : Data primer diolah, 2021

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang nyata antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara bersama-sama.

Tabel 13. Hasil Pengujian Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	161.268	3	53.756	38.046	.000 ^b
	Residual	135.642	96	1.413		
	Total	296.910	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Harga, Sertifikasi Halal, Kemasan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 13, dapat diketahui bahwa F_{hitung} adalah 38,046 > F_{tabel} sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa variabel sertifikasi

halal, kemasan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli tiwul instan UKM Cahaya di Kecamatan Kebumen.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.529	1.18867

a. Predictors: (Constant), Harga, Sertifikasi Halal, Kemasan

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 14, hasil uji determinasi ini menunjukkan bahwa nilai angka Adjusted R Square sebesar 0,529. Hal ini berarti 0,529 atau 52% variasi dari minat beli bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu sertifikasi halal, kemasan dan harga sedangkan sisanya (100% - 52% = 48%) dijelaskan oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

Penutup dan Saran

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data yang melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli tiwul instan UKM Cahaya di Kecamatan Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pihak UKM untuk untuk mensosialisaikan bahwa produk tiwul instan sudah besertifikasi halal, agar calon konsumen tahu bahwa produk tiwul instan UKM Cahaya aman untuk dikonsumsi.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan berpengaruh terhadap minat beli. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pihak UKM untuk membuat inovasi desain produk yang lebih menarik dari segi bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan dan juga desain gambar yang mewakili era saat ini.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pihak UKM untuk tetap menetapkan harga sesuai target pasar yang ingin di jangkau, sehingga penjualan bisa di tingkatkan semaksimal mungkin.

Referensi

- Assael, Henry. 2001. *Consumer behavior 6th Edition*. ThomsonLearning, NewYork.
- Buchari, Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan ke IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Jakarta: Pearson Education.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. edisi Kedelapan. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Nuryanti dan Rahman. 2008. Pengaruh Variasi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultra Jaya. *Jurnal Strategic*.14 (September).Vol7. Hal31-82.
- Riaz, Mian N and Muhammad M. Chaudry.2003.*Halal Food Production*. New york: CRC Press.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Produk.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.