

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Kabupaten Pamekasan

Kabupaten Pamekasan lahir dari proses sejarah yang cukup panjang. Istilah Pamekasan sendiri baru dikenal pada sepertiga abad ke-16, ketika Ronggosukowati mulai memindahkan pusat pemerintahan dari Kraton Labangan Daja ke Kraton Mandilaras. Memang belum cukup bukti tertulis yang menyebutkan proses perpindahan pusat pemerintahan sehingga terjadi perubahan nama wilayah ini. Begitu juga munculnya sejarah pemerintahan di Pamekasan sangat jarang ditemukan bukti-bukti tertulis apalagi prasasti yang menjelaskan tentang kapan dan bagaimana keberadaannya.¹⁰⁸

Jika pemerintahan lokal Pamekasan lahir pada abad ke-15, tidak dapat disangkal bahwa kabupaten ini lahir pada zaman kegelapan Majapahit yaitu pada saat daerah-daerah pesisir di wilayah kekuasaan Majapahit mulai merintis berdirinya pemerintahan sendiri. Berkaitan dengan sejarah kegelapan Majapahit tentu tidak bisa dimungkiri tentang kemiskinan data sejarah karena di Majapahit sendiri telah sibuk dengan upaya mempertahankan bekas wilayah pemerintahannya yang sangat besar, apalagi saat itu sastrawan-sastrawan terkenal setingkat Mpu Prapanca dan Mpu Tantular tidak banyak menghasilkan karya sastra. Sedangkan pada kehidupan masyarakat Madura sendiri, tampaknya lebih berkembang sastra lisan dibandingkan dengan sastra tulis. Graaf menulis bahwa

¹⁰⁸<http://pamekasankab.go.id/profil> (Diakses pada tanggal 28 April 2020 pukul 15.00 WIB)

orang Madura tidak mempunyai sejarah tertulis dalam bahasa sendiri mengenai raja-raja pribumi pada zaman pra-islam.¹⁰⁹

Tulisan-tulisan yang kemudian mulai diperkenalkan sejarah pemerintahan Pamekasan ini pada awalnya lebih banyak ditulis oleh penulis Belanda sehingga banyak menggunakan Bahasa Belanda dan kemudian mulai diterjemahkan atau ditulis kembali oleh sejarawan Madura, seperti Zainal Fatah ataupun Abdurrahman. Memang masih ada bukti-bukti tertulis lainnya yang berkembang di masyarakat, seperti tulisan pada daun lontar atau Layang Madura, namun demikian tulisan pada layang inipun lebih banyak menceritakan sejarah kehidupan para Nabi (Rasul) dan sahabatnya, termasuk juga ajaran-ajaran agama sebagai salah satu sumber pelajaran agama bagi masyarakat luas. Masa pencerahan sejarah lokal Pamekasan mulai terungkap sekitar paruh kedua abad ke-16, ketika pengaruh Mataram mulai masuk di Madura, terlebih lagi ketika Ronggosukowati mulai mereformasi pemerintahan dan pembangunan di wilayahnya. Bahkan, raja ini disebut-sebut sebagai raja Pertama di Pamekasan yang secara terang-terangan mulai mengembangkan Agama Islam di kraton dan rakyatnya. Hal ini diperkuat dengan pembuatan jalan Se Jimat, yaitu jalan-jalan di Alun-alun kota Pamekasan dan mendirikan Masjid Jamik Pamekasan. Namun, sampai saat ini masih belum bisa diketemukan adanya inskripsi ataupun prasasti pada beberapa situs peninggalannya untuk menentukan kepastian tanggal dan bulan pada saat pertama kali ia memerintah Pamekasan.

Kabupaten Pamekasan adalah sebuah kabupaten di Pulau Madura, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Ibu kotanya adalah Pamekasan. Kabupaten ini

¹⁰⁹ Ibid

berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Selat Madura di selatan, Kabupaten Sampang di barat, dan Kabupaten Sumenep di timur. Kabupaten Pamekasan terdiri atas 13 kecamatan, yang dibagi lagi atas 178 desa dan 11 kelurahan. Pusat pemerintahannya ada di Kecamatan Pamekasan.¹¹⁰

Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten di kawasan Madura yang terletak di pelintasan jalur jaringan jalan Sampang-Sumenep. Luas Wilayah Kabupaten Pamekasan 73.285 Ha, terdiri dari 13 kecamatan dan 189 desa. Kecamatan Batumarmar merupakan kecamatan terluas, dengan luas 9.707 Ha atau sekitar 12,25% dari seluruh wilayah Kabupaten Pamekasan. Kecamatan Pamekasan sebagai Ibukota Kabupaten Pamekasan memiliki luas wilayah terkecil yaitu 2.647 Ha atau sekitar 3,34% dari luas seluruh wilayah Kabupaten Pamekasan.¹¹¹

2. Letak dan Kondisi Geografis

Secara geografis wilayah Kabupaten Pamekasan terletak antara 6°51–7°31 LS dan 113°19–113°58 BT. Pada wilayah administrasi Kabupaten Pamekasan berbatasan dengan :¹¹²

- a. Sebelah Timur : Kabupaten Sumenep
- b. Sebelah Selatan : Selat Madura
- c. Sebelah Barat : Kabupaten Sampang
- d. Sebelah Utara : Laut Jawa

¹¹⁰Ibid

¹¹¹ Ibid

¹¹²http://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_1503560267002_Bab_2_Profil_Kab_Pamekasan.pdf (Diakses pada tanggal 08 Mei 2020 pada jam 20.30 WIB)

3. Topografi

Kondisi topografi Kabupaten Pamekasan didasarkan atas ketinggian dan kelerengan, dimana ditinjau dari kondisi ini Kabupaten Pamekasan terletak diketinggian 5-350 meter di atas permukaan laut. Wilayah tertinggi yaitu Kecamatan Pegantenan yang berada pada ketinggian 312 meter di atas permukaan laut, sedangkan wilayah terendah yaitu Kecamatan Galis berada pada ketinggian 6 meter di atas permukaan laut.¹¹³

Untuk kemiringan wilayah Kabupaten Pamekasan terbagi atas empat karakteristik yaitu:

- a. Kelerengan 0-15%, merupakan daerah datar sampai landai, penyebarannya meliputi seluruh kecamatan di Kabupaten Pamekasan dengan luas daerah ± 59.964 Ha, dengan luasan terbesar adalah di Kecamatan Pademawu yaitu seluas 7.189 Ha.
- b. Kelerengan 15-25%, merupakan daerah miring sampai berbukit, penyebarannya meliputi sebagian besar wilayah Kecamatan Pamekasan dengan luas daerah ± 14.094 Ha, dengan luasan terbesar adalah di Kecamatan Batumarmar yaitu seluas 5.611 Ha.
- c. Kelerengan 25-40%, merupakan daerah berbukit sampai curam, penyebarannya hanya meliputi tujuh kecamatan di Kabupaten Pamekasan dengan luas daerah ± 2.383 Ha, dengan luasan terbesar adalah Kecamatan Kadur seluas 638 Ha.

¹¹³ Ibid

- d. Kelerengan 40%, merupakan daerah sangat curam, penyebarannya hanya pada enam kecamatan di Kabupaten Pamekasan dengan luas daerah ± 2.789 Ha dengan luasan terbesar berada di Kecamatan Kadur seluas 956 Ha.

4. Demografi

Penduduk Kabupaten Pamekasan tersebar merata di seluruh kecamatan, dimana distribusi penduduk terbesar pada tahun 2012 berada di Kecamatan Pamekasan sebesar 91.752 jiwa, sedangkan distribusi penduduk terkecil adalah Kecamatan Galis sebesar 29.150 jiwa. Sedangkan kepadatan penduduk rata-rata pada tahun 2012 di Kabupaten Pamekasan adalah sebesar 1.033 jiwa/km² dengan kepadatan penduduk tertinggi berada di Kecamatan Pamekasan yaitu 3.466 jiwa/km² dan kepadatan penduduk terendah berada di Kecamatan Pasean yaitu 673 jiwa/km².¹¹⁴

Jumlah penduduk laki-laki di Kabupaten Pamekasan pada tahun 2012 adalah sebesar 397.004 jiwa dan jumlah penduduk perempuan adalah sebesar 421.568 jiwa. Sex ratio Kabupaten Pamekasan pada tahun 2012 adalah sebesar 94,15. Hal ini berarti setiap 100 penduduk perempuan terdapat 94 penduduk laki-laki.

B. Hasil Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar angket atau kuesioner kepada konsumen produk makanan halal di Kabupaten Pamekasan. Kuesioner tersebut terkait variabel pengetahuan produk, pengetahuan religius atau religiusitas dan minat beli. Berdasarkan data, jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu

¹¹⁴Ibid

818.662 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 70 orang. Berdasarkan data dari 70 responden yang dipilih, melalui daftar pertanyaan didapatkan karakteristik responden tentang jenis kelamin, umur sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

a. Karakteristik Responden

1) Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Perempuan	42	60%
Laki-Laki	28	40%
Total	70	100%

Sumber: Data Primer Diolah(2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 28 orang (40%), dan jenis kelamin perempuan dengan jumlah 42 orang (60%).

2) Berdasarkan Umur

Responden pada penelitian ini berdasarkan ketentuan peneliti dimulai dari umur 15 tahun, dikarenakan pada umur tersebut sudah dapat dikatakan akil baligh dan memenuhi syarat untuk transaksi jual beli secara mandiri, kemudian di kategorikan dalam 4 tingkatan, 15-20 Tahun, 21-25 tahun, 26-30 tahun dan 30 tahun keatas. Karakteristik responden berdasarkan umur yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

Umur	Jumlah	Persen
15-20 tahun	15	22%
21-25 tahun	49	70%
25-30 tahun	3	4%
30 tahun dst	3	4%
Total	70	100%

Sumber: Data Primer Diolah(2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa umur responden yang berada di 15-20 tahun sebanyak 15 orang (22%), 21-25 tahun sebanyak 49 orang (70%), 26-30 tahun sebanyak 3 orang (4%) dan responden dengan umur 30 tahun keatas sebanyak 3 orang (4%).

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian dengan judul Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Minat Konsumsi Produk Makanan Halal di Kota Pameksan adalah nilai rata-rata (mean), nilai maksimum dan nilai minimum dari seluruh variabel dalam penelitian yaitu:

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pengatahuan_Produk	70	4	20	15.23
Pengetahuan_Religius	70	5	20	16.21
Minat_Konsumsi	70	4	20	17.80
Valid N (listwise)	70			

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 untuk setiap variabel. Pengetahuan produk

memperoleh nilai rata-rata sebesar 15,23 dengan nilai maksimum 20 dan nilai minimum 4. Pengetahuan Religius memperoleh nilai rata-rata sebesar 16,21 dengan nilai maksimum 20 dan nilai minimum 5. Minat Konsumsi memperoleh nilai rata-rata sebesar 17,80 dengan nilai maksimum 20 dan nilai minimum 4.

3. Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen penelitian atau alat pengukur data dapat digunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson. Hasil perhitungan nilai koefisien korelasi tiap item diperoleh akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan (5%) dalam pengujian validitas. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan valid, begitupun sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan tidak valid.

Untuk responden yang berjumlah 70, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,235. Nilai r_{tabel} ini selanjutnya digunakan untuk kriteria validitas item-item kuesioner. Untuk dapat dinyatakan valid, koefisien korelasi item total harus lebih besar dari 0,235.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,811	0,235	Valid
2	0,673	0,235	Valid
3	0,648	0,235	Valid
4	0,692	0,235	Valid
5	0,746	0,235	Valid
6	0,784	0,235	Valid

7	0,844	0,235	Valid
8	0,688	0,235	Valid
9	0,737	0,235	Valid
10	0,788	0,235	Valid
11	0,731	0,235	Valid
12	0,776	0,235	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen tersebut valid. Dapat dikatakan bahwa seluruh item berkorelasi signifikan dengan skor total dan nilainya lebih dari 0,235.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* yaitu teknik atau rumus yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel apa tidak. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's Alpha* > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *Cronbach's Alpha* < 60% maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
0,925	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dari hasil analisis pada Tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa instrument variabel memiliki nilai reliabilitas yang memenuhi syarat dan dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,6.

4. Asumsi Klasik

Asumsi Klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS).¹¹⁵ Apabila ada analisis regresi tapi tidak berbasis OLS maka tidak diperlukan asumsi klasik tersebut.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk memperlihatkan bahwa ada sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas, antara lain Uji Chi Kuadrat, Uji Lilliefors, Uji Kolmogorov-Smirnov dan dengan grafik.¹¹⁶ Pada penelitian dengan judul Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religius Terhadap Minat Konsumsi Produk Makanan Halal menggunakan uji normalitas dengan *one sample kolmogorov smirnov test*.

Tabel 4.6
Uji Normalitas dengan *One SampleKolmogorovSmirnovTest*

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.16527811
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.059
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		1.018
Asymp. Sig. (2-tailed)		.251

Sumber: Output SPSS 20

¹¹⁵Albert Kurniawan, hlm. 156.

¹¹⁶Echo Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22* (Universitas Bangka Belitung : Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016), hlm. 42. <https://zenodo.org/record/1143815/files/e-book.pdf>, (diakses pada tanggal 05 Februari 2020 pukul 11:01 WIB).

Berdasarkan tabel 4.6 Hasil perhitungan Kolmogorov Smirnov sebesar 1,018 dengan nilai sig 0,251 lebih besar dari (0,05). Kesimpulan dari Uji normal bawa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel independent pada model regresi saling berkorelasi. Untuk memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimation*), tidak boleh terdapat korelasi antara setiap variabel independent pada model regresi. Apabila terjadi korelasi antara variabel independent, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*.¹¹⁷

Tabel 4.7
Hasil Perhitungan Nilai TolerancedanVIF

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.895	1.389		4.243	.000		
	Pengatahuan_Produk_X1	.294	.103	.305	2.861	.006	.610	1.638
	Pengetahuan_Religius_X2	.458	.098	.501	4.693	.000	.610	1.638

Sumber: Output SPSS 20

¹¹⁷Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis* (Bandung: PT Bima Pratama Sejahtera, 2018), hlm. 26. <http://www.feb.unpad.ac.id/dokumen/files/Metode-Kuantitatif-Praktis.pdf>, (diakses pada tanggal 05 Februari 2020 pukul 11:00).

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.7 di dapat nilai VIF sebesar 1,638 dan nilai tolerance sebesar 0,610. Nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas.¹¹⁸

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas dengan Rank Spearman

		Pengatah uan_Prod uk_X1	Norma _Religi us_X2	Unstandardiz ed Residual
Spearman's rho	Correlation	1.000	.435**	-.108
	Pengatahuan _Produk_X1			
	Coefficient	.	.000	.373
	Sig. (2-tailed)			
	N	70	70	70
	Correlation	.435**	1.000	-.219
	Peengetahua n_Religi us_X2			
	Coefficient	.000	.	.069
	Sig. (2-tailed)			
	N	70	70	70
	Correlation	-.108	-.219	1.000
	Unstandardi zed Residual			
Coefficient	.373	.069	.	
Sig. (2-tailed)				
N	70	70	70	

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

Sumber: Output SPSS 20

¹¹⁸Echo Perdana K, hlm. 49.

Dari hasil uji Rank Spearman pada tabel 4.8 nilai sig pada setiap masing-masing variabel bebas atau independen Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religius lebih besar dari (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terhindar dari heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan periode t-1 sebelumnya. Salah satu cara yang umum digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam regresi liner berganda adalah dengan uji Run Test.¹¹⁹

Tabel 4.9
Uji Autokorelasi dengan Run Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.25476
Cases < Test Value	35
Cases >= Test Value	35
Total Cases	70
Number of Runs	35
Z	-.241
Asymp. Sig. (2-tailed)	.810

a. Median

Sumber: Output SPSS 20

Uji autokorelasi dilihat dari nilai Runt Test dasar pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi.
- 2) Sebaliknya, jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

¹¹⁹Dyan Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), hlm. 30.

Dari tabel 4.9 nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,810, lebih besar dari 0,05. Berarti tidak terjadi autokorelasi sehingga dapat diputuskan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi.

C. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu. Persamaan umumnya adalah: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$. Dengan Y adalah variabel terikat, dan X adalah variabel bebas, a adalah konstanta (*intersept*) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.¹²⁰

Tabel 4.10
Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.895	1.389		4.243	.000
1 Pengatahuan_Produk_X1	.294	.103	.305	2.861	.006
Pengetahuan_Religious_X2	.458	.098	.501	4.693	.000

a. Dependent Variable: Minat_Konsumsi_Y

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan hasil perhitungan 4.10 nilai koefisien konstanta sebesar 5,895 nilai koefisien Pengetahuan Produk (PP) sebesar 0,294 serta nilai koefisien Pengetahuan Religius (NR) sebesar 0,458. Sehingga model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹²⁰Echo Perdana K, hlm. 61

$$PE = 5,895 + 0,294 PP + 0,458 NR + \varepsilon$$

Dari hasil persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 5,895 menunjukkan bahwa apabila nilai Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religius tetap atau konstan maka nilai Minat Konsumsi Produk Makanan Halal sebesar $5,895 \times 100\% = 5,895\%$.
- b. Besarnya nilai koefisien Pengetahuan Produk bertanda positif, mengindikasikan bahwa jika Pengetahuan Produk naik 1% sedangkan Pengetahuan Religius tetap maka nilai Minat Konsumsi Produk Makanan Halal akan ikut naik sebesar $0,294 \times 100\% = 0,294\%$.
- c. Besarnya nilai koefisien Norma Religius bertanda positif, mengindikasikan jika Pengetahuan Religius naik 1% sedangkan Pengetahuan Produk tetap maka nilai Minat Konsumsi Produk Makanan Halal akan ikut naik sebesar $0,458 \times 100\% = 0,458\%$.

2. Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis simultan adalah hipotesis yang dilakukan secara bersamaan pada variabel penelitian yang dilakukan secara bersamaan.¹²¹ Adapun cara pengujian baik dalam regresi sederhana maupun regresi majemuk sama, yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan Tabel ANOVA (*Analysis of Variance*).¹²²

¹²¹Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evitah, hlm. 35.

¹²²Nachrowi D Nachroowi dan Hardius Usman, hlm. 17.

Tabel 4.11
UJI F Variabel Pengetahuan Produk dan Norma religius Terhadap Minat
Konsumsi Produk Makanan Halal

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	371.698	2	185.849	38.491	.000 ^b
	Residual	323.502	67	4.828		
	Total	695.200	69			

a. Dependent Variable: Minat_Konsumsi_Y

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan_Religious_X2, Pengetahuan_Produk_X1

Sumber: Output SPSS 20

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.11 nilai F hitung sebesar 38,491 dan nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig $0,000 < (0,05)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam uji F apabila salah satu atau beberapa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen maka dapat diputuskan bahwa uji F berpengaruh signifikan.

3. Uji Parsial (Uji t)

Setelah melakukan uji koefisien regresi secara keseluruhan maka langkah selanjutnya adalah menghitung koefisien regresi secara individu, dengan menggunakan uji t.¹²³ Tujuan dilakukan uji signifikansi secara parsial dua variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*) adalah untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*).¹²⁴

¹²³Nachrowi D Nachroowi dan Hardius Usman, hlm. 18.

¹²⁴Syofian Siregar, hlm. 304.

Tabel 4.12
UJI t Variabel Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Minat
Konsumsi Produk Makanan Halal

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.895	1.389		4.243	.000
1 Pengatahuan_Produk_X1	.294	.103	.305	2.861	.006
Pengetahuan_Religius_X2	.458	.098	.501	4.693	.000

a. Dependent Variable: Minat_Konsumsi_Y

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan output tabel 4.12 yang diperoleh melalui analisis regresi berganda yang dilakukan melalui SPSS maka dapat di jelaskan hipotesis secara parsial sebagai berikut:

a. Variabel Pengetahuan Produk terhadap Minat Konsumsi

Berdasarkan hasil output maka di peroleh nilai koefisien regresi positif sebesar 0,294 dengan t hitung 2,861 perolehan nilai sig 0,006 < 0,05 dengan hasil tersebut maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Minat Konsumsi Produk Makanan Halal.

b. Variabel Pengetahuan Religius terhadap Minat Konsumsi

Berdasarkan hasil output maka di peroleh nilai koefisien regresi positif sebesar 0,458 dengan t hitung 4,693 perolehan nilai sig 0,000 < 0,05 dengan hasil tersebut maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan Religius berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Minat Konsumsi Produk Makanan Halal.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur tingkat ketepatan/kecocokan (*goodness of fit*) dari regresi berganda yaitu dengan 3 variabel 1 dependen dan 2 independen ingin mengetahui berapa besarnya persentase sumbangan X_1 dan X_2 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama.¹²⁵

Tabel 4.13
Nilai Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.535	.521	2.197

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan_Religijs_X2, Pengetahuan_Produk_X1

b. Dependent Variable: Minat_Konsumsi_Y

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.13 di dapat nilai R Square sebesar 0,535. Hal ini memberikan informasi bahwa variabel independen (Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religijs) secara bersama-sama menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen (Minat Konsumsi) sebesar 53,5% sedangkan sisanya sebesar 46,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Hipotesis 1: Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Konsumsi Produk Makanan Halal

Pengetahuan konsumen dipandang sebagai persepsi yang dimiliki konsumen baik sebelum maupun setelah menggunakan produk.¹²⁶ Konsumen sering menggunakan pengetahuannya dalam proses mencari produk yang diinginkan. Pengetahuan produk merupakan informasi yang berfungsi untuk

¹²⁵ Muhammad Firdaus, hlm. 130.

¹²⁶ Candra Kusuma Wardana,...hlm.3.

mengidentifikasi tentang kelengkapan atribut atau karakteristik suatu produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.¹²⁷

Pengetahuan konsumen tentang suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan secara positif. Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat melalui penilaian produk, karenanya, meningkatnya pengetahuan akan cenderung mempengaruhi minat. Umumnya, pengetahuan mengacu pada fakta, perasaan atau pengalaman yang dikenal oleh seseorang atau sekelompok orang itu juga bisa didefinisikan sebagai kesadaran, kesadaran atau keakraban yang didapat oleh pengalaman atau pembelajaran.¹²⁸

Hasil analisis variabel Pengetahuan Produk diperoleh nilai signifikan sebesar 0,006. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Produk memiliki tingkat signifikan yang lebih kecil dari (0,05) sehingga variabel Pengetahuan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Konsumsi Produk Makanan Halal di Kota Pamekasan. Koefisien regresinya sebesar 0,294 menunjukkan nilai positif. Artinya apabila terjadi peningkatan Pengetahuan Produk maka akan meningkatkan Minat Konsumsi Produk Makanan Halal di Kota Pamekasan. Hasil dari kuesioner, jawaban untuk seluruh indikator pengetahuan produk memperoleh nilai rata-rata 15,23 dengan nilai minimum 4 dan maksimum 20. Artinya tingkat pengetahuan konsumen akan produk yang telah dibeli memiliki nilai yang baik.

¹²⁷ Indarto Candra Yoesmanan, "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Presepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik" *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 7 No. 2* (Februari 2015), hlm.134.

https://www.researchgate.net/publication/327773125_Pengaruh_Pengetahuan_Produk_dan_Persepsi_Kualitas_Produk_terhadap_Keputusan_Pembelian_pada_Kosmetik_Organik (Diakses pada tanggal 12 Mei 2020 pukul 20.30 WIB)

¹²⁸ Visca Mirza Vristiyana, "Pengaruh Religiusitas, hlm.88-89.

Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, lebih efisien, lebih tepat dalam mengolah dan mengingat informasi dengan lebih baik. Zeithaml menyatakan bahwa pengetahuan produk merupakan petunjuk intrinsik yang sangat penting bagi konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi produk sebelum dilakukannya pembelian.¹²⁹

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elizabeth Valentine dan Sunaryo¹³⁰ yang menyatakan bahwa jika konsumen semakin banyak mengetahui dan memperoleh informasi yang jelas dari produk kerajinan keramik Dinoyo maka konsumen juga akan semakin aktif untuk mencari informasi yang lebih banyak sehingga lama-kelamaan hal itu akan memunculkan minat beli konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Candra Kusuma Wardana¹³¹ menyatakan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh tidak signifikan dan positif tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dari hasil analisis ini maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Konsumsi terbukti atau diterima.

2. Hipotesis 2: Pengaruh Pengetahuan Religius terhadap Minat Konsumsi

Religiusitas merujuk ke tingkat keterikatan seseorang pada agama yang dipeluknya.¹³² Hal ini membuktikan bahwa pemeluk agama telah mendalami segala yang diajarkan dalam agamanya. Daradjat mengemukakan bahwa agama

¹²⁹ Rifa Ira Safrida, "*Pengaruh Pengetahuan Produk*", hlm.11-12.

¹³⁰ Elizabeth Valentine dan Sunaryo, "*Pengaruh Pengetahuan*", hlm.12.

¹³¹ Candra Kusuma Wardana,...hlm.20.

¹³² M.Nur Ghufro, Rini Risnawita S, *Teori-teori Psikologi*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2016), hlm.167.

meliputi kesadaran beragama dan pengalaman beragama. Kesadaran beragama adalah aspek yang teras dalam pikiran yang merupakan aspek mental dari aktifitas beragama, sedangkan pengalaman beragama adalah perasaan yang membawa pada keyakinan dan dihasilkan oleh tindakan.

Hasil analisis variabel Pengetahuan Religius diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Religius memiliki tingkat signifikan yang lebih kecil dari dari (0,05) sehingga variabel Pengetahuan Religius memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Konsumsi Produk Makanan Halal di Kabupaten Pamekasan. Koefisien regresinya sebesar 0,458 menunjukkan nilai positif. Hasil dari kuesioner, jawaban untuk seluruh indikator pengetahuan religius memperoleh nilai rata-rata 16,21 dengan nilai minimum 5 dan maksimum 20. Artinya religiusitas konsumen dalam konsumsi yang akan dilakukan sesuai dengan tuntunan syariah, dibuktikan dengan bagaimana mereka taat dalam beragama sehari-harinya.

Said mengartikan religiusitas adalah sejauh mana seseorang berkomitmen terhadap agama dan ajarannya, seperti sikap dan perilaku seseorang yang mencerminkan komitmennya.¹³³Religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini didasari atas keputusan konsumen untuk membeli produk tergantung kadar keimanan mereka. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekawati Labibah Handayani Rois¹³⁴ dan Visca Mirza Vristiyana¹³⁵ yang menyatakan bahwa Norma

¹³³ Novita Kusuma Maharani, Ani Silvia, "ANALISIS PENGARUH.....", hlm.84-85.

¹³⁴ Ekawati Labibah Handayani Rois, "Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal", *Jurnal Ekonomi, Fakultas Ekonomi* (UNY, 2016), hlm.83.
<https://eprints.uny.ac.id/view/doctype/thesis/2016.html> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2020 pukul 22.00 WIB)

Religius/Religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli yang selanjutnya di konsumsi. Dari hasil analisis ini maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Pengetahuan Religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Konsumsi terbukti atau diterima.

3. Hipotesis 3: Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religius/Religiusitas Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Minat Konsumsi

Dalam Islam, seorang muslim diwajibkan untuk melakukan hal-hal yang dibenarkan dan sesuai akidah. Semuanya telah di atur dalam Islam, salah satunya dalam hal konsumsi makanan dan minuman. Seorang muslim hanya diperbolehkan mengkonsumsi produk-produk halal dan menjauhkan diri dari produk haram atau produk yang belum jelas halal haramnya.

Dari hasil perhitungan nilai F hitung sebesar 38,491 dan nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig $0,000 < (0,05)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam uji F apabila salah satu atau beberapa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen maka dapat diputuskan bahwa uji F berpengaruh signifikan. Nilai koefisien determinan atau R Square sebesar 0,535 menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini Minat Konsumsi dipengaruhi oleh Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religius sebesar 53,5% sedangkan sisanya sebesar 46,5% di pengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti sikap.

Dari hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religius berpengaruh secara

¹³⁵ Visca Mirza Vristiyana, "Pengaruh Religiusitas, hlm.98.

simultan terhadap Minat Konsumsi. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Religius berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Konsumsi terbukti atau diterima. Kedua variabel yang dimasukkan dalam penelitian ini mampu memberikan pengaruh yang besar terhadap Minat Konsumsi Produk Makanan Halal. Dari hasil jawaban kuesioner yang sudah di bagikan pada 70 responden, minat konsumsi memperoleh nilai rata-rata 17,80 dengan nilai minimum 4 dan maksimum 20. Artinya kesadaran konsumen akan produk yang dikonsumsi harus sesuai dengan tuntutan syariah memperoleh nilai yang baik.

Semakin konsumen mengetahui berbagai macam informasi produk, maka dapat mempengaruhi minat beli pada suatu produk. Religiusitas adalah sejauh mana seseorang berkomitmen terhadap agama dan ajarannya, seperti sikap dan perilaku seseorang yang mencerminkan komitmennya. Sehingga, komitmen pada religiusitas memiliki peran penting dalam kehidupan seseorang melalui pembentukan kepercayaan, pengetahuan, dan sikap terlepas dari orientasi agama masing-masing (Islam, Kristen, Buddha, dan lainnya). Komitmen dan keyakinan religius ini mempengaruhi perasaan dan sikap seseorang terhadap konsumsi.