



PENGARUH SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN SIAP SAJI

(Studi Kasus Restoran Ichiban Sushi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang)

Putri Rahayu¹⁾, Yurmaini²⁾, Dewi Sundari Tanjung³⁾

^{1), 2), 3)} Universitas Alwasliyah Medan

¹⁾ putri rahayu2504, ²⁾ yurmainiyus86@gmail.com, ³⁾ sundaritanjung94@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Siap Saji (Studi Kasus Restoran Ichiban Sushi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang) Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada Restoran Ichiban Sushi di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *convenience sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data primer dan sekunder diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yang diukur menggunakan skala *likert*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuesioner dan wawancara tidak terstruktur. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa Secara parsial, variabel Sertifikat Halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengkonsumsi restoran cepat saji yang ditunjukkan dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4,927 > 1.66071$) dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0.05$, artinya variabel Sertifikat Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain tolak H_0 terima H_a , yaitu H_0 Sertifikat Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan H_a , Sertifikat Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Keyword : Sertifikasi Halal , Kepuasan Konsumen

Abstrak

This study aims to examine the influence of Halal Certification on Consumer Satisfaction in Fast Food Products (Case Study of Ichiban Sushi Restaurant, Tanjung Morawa, Deli Serdang Regency). The population used in this study were consumers at Ichiban Sushi Restaurant in Tanjung Morawa, Deli Serdang Regency. Sampling was carried out using convenience sampling techniques to obtain a sample of 100 respondents. This study uses quantitative research methods with primary and secondary data obtained from distributing questionnaires to respondents measured using a Likert scale. The approach used in this study is a descriptive research method. Data collection techniques used in this study are by distributing questionnaires and unstructured interviews. Based on the results of the research that has been done, it was found that Partially, the Halal Certificate variable has a significant effect on customer satisfaction who consume fast food restaurants as indicated by $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4.927 > 1.66071$) with a significance probability value of $0.000 < 0.05$, meaning that the Halal Certificate variable partially has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. In other words, reject H_0 and accept H_a , namely H_0 , Halal Certificate has no significant effect on Customer Satisfaction and H_a , Halal Certificate has a significant effect on Customer Satisfaction

Keywords: Halal Certification, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Industri restoran siap saji telah menjadi salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat

di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Dengan pola hidup yang semakin sibuk dan kebutuhan akan efisiensi waktu,

konsumen cenderung memilih makanan yang cepat disajikan namun tetap berkualitas. Namun, dalam konteks Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, aspek kehalalan produk menjadi salah satu elemen penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Kehalalan makanan tidak hanya sekadar pemenuhan syarat keagamaan, tetapi juga menjadi cerminan jaminan mutu, kebersihan, dan etika bisnis. Dalam hal ini, keberadaan sertifikat halal pada restoran siap saji menjadi isu yang semakin relevan dan strategis.

. Restoran siap saji merupakan sektor bisnis yang memiliki perkembangan pesat di era modern ini. Konsumen semakin mencari makanan yang tidak hanya cepat disajikan, tetapi juga memenuhi standar kualitas tertentu, termasuk aspek kehalalan. Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, kehalalan produk makanan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, sertifikat halal menjadi elemen strategis dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Perkembangan populasi muslim di Indonesia semakin lama semakin berkembang. Mulai dari Asia sampai ke benua Amerika, setiap harinya terus bertambah populasi umat muslim. Begitu juga dengan Indonesia, berdasarkan sensus penduduk tahun 2019, penganut agama Islam sekitar 85% dari seluruh penduduk Indonesia. Artinya, Indonesia merupakan negara bermayoritas agama Islam. Tentunya pasti kebutuhan akan pangan untuk muslim pun akan terus berkembang. Tetapi, berbeda dengan penganut agama yang lain, umat muslim memiliki beberapa hal yang harus dipenuhi sehingga suatu pangan tersebut dapat dikonsumsi. Terdapat prosedur-prosedur yang harus dilakukan serta hal-hal yang harus dihindarkan agar pangan tersebut dapat dikonsumsi oleh umat muslim, hal tersebut dikenal dengan istilah Halal.

Halal dalam bahasa berarti diijinkan. Secara umum pengertian *halal* ialah perkara atau perbuatan yang dibolehkan, diizinkan, atau dibenarkan syariat Islam. Jadi makanan halal adalah makanan yang dibolehkan untuk dimakan menurut ketentuan syariat Islam, yaitu segala sesuatu baik berupa tumbuhan, buah-buahan, atau binatang yang pada dasarnya adalah halal dimakan, kecuali apabila ada dalil Al-Qur'an dan Al-Hadits yang mengharamkannya (Sofyan, 2019)

. Untuk mengetahui suatu produk pangan maupun rumah makan yang terjamin

kehalalannya adalah dengan mengetahui bahwa suatu produk pangan yang dikonsumsi maupun rumah makan yang dituju memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal adalah hasil dari sertifikasi halal yang dimana suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu produk yang diproduksi oleh pihak yang mengeluarkan (baik itu perusahaan maupun rumah makan) telah memenuhi ketentuan halal atau tidak. Kemudian hasil dari kegiatan sertifikasi halal diterbitkannya sertifikat halal apabila produk tersebut telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal.

Sertifikat halal adalah pengakuan resmi dari lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi kriteria halal berdasarkan hukum Islam. Sertifikasi ini mencakup proses produksi, bahan baku, pengolahan, hingga penyajian makanan. Di sektor restoran siap saji, sertifikat halal tidak hanya menjadi instrumen hukum dan regulasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran dan diferensiasi di tengah persaingan yang ketat. Restoran yang memiliki sertifikat halal dianggap mampu memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk yang mereka konsumsi aman, sehat, dan sesuai dengan prinsip-prinsip agama.

Lembaga sertifikasi halal yang ada di Indonesia adalah LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia). LPPOM MUI telah diberikan mandat oleh Pemerintah melalui penerbitan Keputusan Menteri Agama (KMA) 518 Tahun 2001 dan KMA 519 Tahun 2001, yang menguatkan MUI sebagai lembaga sertifikasi halal serta melakukan pemeriksaan/audit, penetapan fatwa, dan menerbitkan sertifikat halal (Nur dkk, 2019: 279). Terdapat regulasi jaminan halal yaitu peraturan yang mengatur masalah sertifikat halal diantaranya ada Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang Pencantuman Tulisan “Halal” pada Label Makanan, UU RI Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan pasal 34 ayat (1), UU RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 8, dan UU No 18 tahun 2012 tentang Pangan yang berkaitan dengan pengaturan kehalalan dalam Bab VIII Label dan Iklan Pangan Pasal 97 ayat (1), (2) dan (3).

Produk pangan merupakan kebutuhan primer untuk manusia. Dikarenakan umat muslim yang terus berkembang maka permintaan produk pangan yang sudah terjamin

kehalalannya akan meningkat. Dan sertifikat halal termasuk faktor utama sebagai pendorong untuk orang yakin bahwa suatu produk pangan tersebut sudah halal. Karena suatu produk pangan yang sudah mempunyai sertifikat halal akan memberi ketenangan kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk pangan tersebut. Terdapat pula keuntungan untuk produsen yang dimana akan menjadikan produk pangannya setingkat lebih unggul dibandingkan produk tidak halal karena produk yang sudah memiliki sertifikat halal dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan, baik itu muslim maupun non muslim walaupun produsen yang menjual produk pangan tersebut belum tentu muslim.

Menurut Aziz dan Vui (2019) sertifikasi halal merupakan sebuah jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengkonsumsi suatu produk. Sertifikasi halal ini dibuktikan dengan pencantuman logo halal pada kemasan produk. Secara umum, pendekatan halal dalam proses pemasaran suatu produk juga dapat menetralkan image negatif yang diasosiasikan konsumen muslim terhadap suatu produk.

Keberadaan sertifikat halal juga erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dengan pengalaman yang mereka rasakan. Dalam konteks restoran siap saji, pelanggan tidak hanya menilai berdasarkan rasa, harga, atau kecepatan layanan, tetapi juga pada aspek kepercayaan dan keamanan. Konsumen Muslim, khususnya, cenderung lebih puas dan loyal terhadap restoran yang mampu menjamin kehalalan produk mereka. Hal ini karena kehalalan makanan menjadi bagian penting dari identitas dan nilai spiritual yang dianut oleh masyarakat Muslim.

Namun, meskipun penting, tidak semua pelaku bisnis restoran siap saji menyadari dampak signifikan dari sertifikasi halal terhadap kepuasan pelanggan. Sebagian besar pelaku usaha menganggap proses sertifikasi halal sebagai sesuatu yang rumit, memakan waktu, dan membutuhkan biaya besar. Selain itu, masih terdapat kesenjangan pengetahuan dan kesadaran di kalangan pelaku bisnis terkait pentingnya sertifikat halal sebagai strategi peningkatan daya saing. Padahal, di era modern ini, konsumen semakin kritis dan selektif dalam memilih produk, terutama yang berkaitan dengan kehalalan.

Kepuasan pelanggan dalam konteks perusahaan jasa. Kepuasan menunjukkan bahwa atribut-atribut produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Menunjukkan bahwa

kinerja produk sebagaimana dipersepsikan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk diukur dari persepsi pelanggan atas tingkat pemakaian suatu produk mempengaruhi tingkat kepuasan (Ningsih, 2019). Kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan pelanggan itu memastikan bahwa pasar sasaran mereka tahu juga tentang hal itu.

Perkembangan produk pangan dan restoran juga berdampak untuk daerah Tanjung Morwa Kecamatan Deli Serdang. Tanjung Morawa merupakan Kabupaten lebih dominan bermayoritaskan agama Islam dan segala hukum yang diterapkan berlandaskan syariat Islam. Tentunya penduduk di Tanjung Morawan Deli Serdang menomori satuan produk pangan maupun rumah restoran yang bersertifikat halal. Walaupun penduduk di Deli Serdang bermayoritaskan muslim, tetapi juga banyak terdapat warga non muslim yang berdomisili di daerah tersebut. Bahkan, warga non muslim di Tanjung Morawa Deli Serdang pun banyak yang membuka usaha di bidang pangan, terutama restoran. Dan bahkan banyak pula restoran yang dikelola para non muslim di Tanjung Morawa Deli Serdang terkenal akan lezatnya makanan yang disajikannya.

Proses sertifikasi halal untuk suatu produk pangan cukup mudah. Apalagi dengan kemajuan teknologi seperti sekarang, proses pengajuan sertifikasi halal bisa melalui internet. Para peninjau pun tidak membutuhkan waktu lama karena sudah banyak teknologi yang mempercepat proses meneliti kandungan-kandungan yang terdapat dalam suatu produk pangan maupun sajian-sajian yang terdapat di restoran. Dan jika ketentuan-ketentuan sudah terpenuhi, perusahaan maupun rumah makan dapat memperoleh sertifikat halal tersebut tanpa membutuhkan proses yang panjang. Sudah seharusnya produk pangan maupun rumah makan yang berada di Banda Aceh bersertifikat halal. Apalagi mayoritas penduduk di Restoran beragama Islam. Dengan adanya sertifikat halal akan memberi kepuasan sendiri untuk konsumennya, terutama konsumen muslim.

Produk pangan maupun rumah restoran yang mau mengajukan sertifikat halal ke LPPOM MUI, cukup mengajukan permohonan tersebut ke MUI Deli Serdang. Pengurusan sertifikat halal di Kabupaten Deli Serdang tidak dipungut biaya alias gratis. Sertifikasi halal diajukan ke Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Deli Serdang

dan segala prosedur pemeriksaan akan dilaksanakan lembaga pelaksana Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Kosmetika, dan Makanan (LPPOM). Untuk mendapatkan sertifikat tersebut, pelaku usaha dapat mengajukan permohonan ke LPPOM MUI terdekat. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, antara lain: profil perusahaan, ktp, daftar bahan baku dan catatan proses produksinya. proses sertifikasi halal yaitu dengan mengajukan permohonan sertifikasi halal kepada LPPOM MUI, melengkapi persyaratan yang diminta dan penjadwalan audit.

Dan salah satu restoran terkenal yang dikelola oleh warga non muslim di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah yaitu salah satu Restoran Cepat Saji Ichiban Sushi Masa dikenal menjadi salah satu restoran cepat saji yang sudah memiliki sertifikat halal sehingga sudah banyak cabang di Deli Serdang. Seperti yang ketahui Ichiban Sushi merupakan salah satu restoran cepat saji yang berasal dari Jepang . Jika kita tinjau ke lapangan, tidak pernah restoran Ichiban Sushi yang tidak ada pengunjungnya. Salah satu restoran cepat saji ini cukup ramai walaupun bukan jam makan berat. Bukan karena masakan jepang , tapi juga karena banyak menu yang disajikan di Ichiban Sushi cukup terjangkau sehingga banyak dari orang muda sampai orang tua pun banyak memakan Restoran Ichiban Sushi. Yang dimana artinya, masyarakat Tanjung Morawa ini tidak terlalu memperhatikan perspektif mengenai hubungan Jepang dengan negara non muslim. Masyarakat Tanjung Morwa Kabupaten Deli Serang lebih melihat mengenai kehalalan dalam restoran tersebut.

Padahal di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang sudah banyak restoran cepat saji yang menyerupai Restoran Ichiban Sushi yang dimana tujuan dari restoran cepat saji yang menyerupai tersebut menjadi alternatif untuk masyarakat yang tidak mau lagi memakan Makan Jepang , dan tentu menyajikan harga- harga yang jauh lebih murah dari restoran lainnya . Namun walaupun seperti itu Ichiban Sushi tetap menjadi nomor satu untuk restoran cepat saji yang menyajikan ayam macam-macam makan di Tanjung Morwa Kabupaten Deli Serdang karena rasa dari makan jepang itu tadi sesuai dengan harga yang diberikan dan sudah memiliki sertifikat halal.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk membuat penelitian berjudul: Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap

Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Siap Saji (Studi Kasus Restoran Ichiban Sushi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sertifikat halal memiliki korelasi positif terhadap kepuasan pelanggan, khususnya di kalangan konsumen Muslim. Namun, masih terdapat keterbatasan studi yang secara spesifik mengkaji pengaruh sertifikat halal dalam konteks restoran siap saji di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana sertifikat halal memengaruhi kepuasan pelanggan, dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain.

Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis bagi literatur akademik, tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi pelaku bisnis restoran. Dengan memahami hubungan antara sertifikat halal dan kepuasan pelanggan, diharapkan pelaku usaha dapat mengadopsi strategi yang lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan konsumen, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam mendorong implementasi sertifikasi halal yang lebih inklusif dan efisien di sektor kuliner. Dengan demikian, keberadaan sertifikat halal tidak hanya menjadi simbol formalitas, tetapi juga menjadi bagian integral dari upaya menciptakan industri restoran yang berkelanjutan, kompetitif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penyusunan penelitian menggunakan penelitian secara kuantitatif, enentuan sampel penelitian menggunakan teknik *purpose sampling* yaitu sampel adalah keseluruhan jumlah populasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Variabel independent yaitu Sertifikat Halal sedangkan variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan di Restoran Ichiban Sushi tajung Morawa Kabupaten Deli Serdang . Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang

akurat. Suatu kuesioner dapat dilakukan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut (Ghozali, 2019).

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05. Bila r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya Bila r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2019). Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Berdasarkan pengolahan data dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung positif dan lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,195. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ketiga variabel X dan Y adalah valid.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawabannya seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat diukur melalui *reliability statistics* pada nilai perhitungan menggunakan SPSS 25. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut:

- a. Reliabel jika nilai *Cronbach alpha* $>$ 0,60
- b. Tidak reliabel jika nilai *Cronbach alpha* $<$ 0,60

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS 22 dapat dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan hasil reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing nilai *cronbach alpha* lebih besar dari r tabel yaitu 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan sudah reliabel karena nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60.

Uji Asumsi Klasik

A. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametik) adalah data harus memiliki distribusi normal (berdistribusi normal). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji grafik histogram dan uji grafik *Normal P-P Plot*. Dapat terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih besar dari α 0,05,

sedangkan data tidak terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari α 0,05 (Sarjono dan Julianti, 2011). Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan 2 metode yaitu grafik histogram dan grafik *Normal P-P Plot*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS 24 dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Dari hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram dan grafik *Normal P-P Plot* diatas, terlihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik *Normal P-P Plot*, terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal. Kedua metode uji normalitas ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi data normal atau dengan kata lain data terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastisitas. Pengujian dilakukan *uji glejser*. Dibawah ini merupakan tabel uji statistik pada output SPSS 24.

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas* pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu variabel Sertifikat Halal (X) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,113 $>$ 0,05, Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua variabel tidak terjadi gejala heteroskedestisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antara variabel independen. *Multikolinearitas* dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) (Ghozali, 2013). Cara yang digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan SPSS 24. Berikut hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF dan nilai

tolerance variabel Sertifikat Halal (X) sebesar 0,677; Nilai *tolerance* seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,10. Sementara itu VIF seluruh variabel penelitian juga menunjukkan hasil yang lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disampaikan bahwa data penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel Sertifikat Halal (X_1) adalah -0,138, variabel Harga (X_2) adalah 1,185 dan konstanta sebesar - 0,241 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,959 + 0,384X + e$$

Model persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 0,959 menyatakan bahwa tanpa adanya variabel Sertifikat Harga (X), maka nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0,959.
- Koefisien b_1 sebesar 0,384, artinya hubungan antara variabel Sertifikat Halal (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif atau setiap kenaikan Sertifikat Halal (X) sebesar 1 poin maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,384.

Uji Hipotesis

Uji parsial atau uji t bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 0,05. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Dengan taraf signifikan 0,05, $df = n - k = 100 - 3 = 97$, dimana jumlah k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, serta dengan menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t tabel pada penelitian ini sebesar 1,66071. Berikut ini adalah hasil uji parsial:

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan uji data diperoleh nilai t hitung Sertifikat Halal (X) sebesar 4,927 yang lebih besar dari t tabel 1,66071 dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel Sertifikat Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain tolak H_0 terima H_a , yaitu H_0 Sertifikat Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan H_a , Sertifikat Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R-square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Berikut ini merupakan hasil uji R Square dengan menggunakan SPSS 24.

Berdasarkan Oleh data Dari dapat dilihat R^2 sebesar 0,495. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Sertifikat Halal, Harga terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 49,5% sedangkan sisanya 50,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

KESIMPULAN

- Dari analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Sertifikat Halal dan Harga terhadap kepuasan pelanggan yang mengkonsumsi KFC dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:
- Secara parsial, variabel Sertifikat Halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengkonsumsi restoran cepat saji yang ditujukan dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4,927 > 1,66071$) dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel Sertifikat Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain tolak H_0 terima H_a , yaitu H_0 Sertifikat Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan H_a , Sertifikat Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. (2021). *Pengaruh Atribut Produk, Label Halal dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan*. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 18–29.
- Anwar, K., & Arttini, P. (2020). *Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 315–

- Fathoni, M. A. (2020). *Potensi Sertifikasi Halal dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Industri Kuliner*. *Journal of Halal Product and Research*, 3(1), 40–52.
- Haleem, A., & Khan, M. I. (2022). *Halal Certification and Its Impact on Consumer Satisfaction in Fast Food Industry*. *International Journal of Halal System*, 6(1), 12–25.
- Huda, N., & Rais, M. (2019). *Ekonomi Pemasaran Syariah*. Prenada Media Group.
- Ihsani, A. S., & Shofwa, A. S. (2021). *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Jepang*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 145–158.
- Lestari, S. P., & Wahyono, W. (2023). *Analisis Kepuasan Konsumen Melalui Label Halal dan Kualitas Layanan pada Restoran Siap Saji*. *Journal of Management and Business Review*, 20(1), 55–68.
- Prabowo, S., dkk. (2020). *Standardisasi Halal di Indonesia: Teori dan Implementasi*. IPB Press.
- Putri, S. A., & Rohman, A. (2022). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen di Sumatera Utara*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(3), 210–222.
- Zuhdi, M. (2019). *Manajemen Rantai Pasok Halal dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Konsumen*. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 99–112.