

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *INLANDER* KOPI KECAMATAN
KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S. E)

Oleh :

YOLA ADIARTANTI

NIM. 1817201086

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SYAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yola Adiartanti

NIM : 1817201086

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang di rujuk dari sumbernya.

Purwokerto, 08 Februari 2023

Saya Yang Menyatakan



YOLA ADIARTANTI

NIM. 1817201086



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *INLANDER* KOPI KECAMATAN
KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA”**

Yang disusun oleh Saudara **Yola Adiartanti NIM. 1817201086** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jum’at** Tanggal **03 Maret 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Rina Heriyanti, M.Hum.
NIP. 19720828 199903 2 004

Skretaris Sidang/Penguji

Sulasih, M.Si.
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji

Ubaidillah S.E., M.E.I
NIP. 19880924 201903 1 008

Purwokerto, 13 Maret 2023
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz M.Ag
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari Yola Adiartanti 1817201086 yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *INLANDER* KOPI KECAMATAN
KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diujikan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 08 Februari 2023
Dosen Pembimbing,



Ubaidillah S.E.,M.E.I
NIP. 19880924 201903 1 008

MOTTO HIDUP

“Mau seperti apapun kamu teruslah berbuat baik dan jangan lupa bersyukur.”

Libatkanlah Allah di segala urusanmu

-Penulis-



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas karunia serta kemudahan yang telah diberikan sehingga akhirnya skripsi yang berjudul **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *INLANDER* KOPI KECAMATAN KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA** ini terselesaikan. Dengan rasa syukur dan karunia Allah SWT berikan serta limpahan rahmat dan karunia-Nya. Maka penulis mempersembahkan karya skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kesehatan, hidayah dan kesempatan untuk terus belajar hingga saat ini.
2. Untuk kedua orang tua saya tercinta, bapak dan ibu saya, Bapak Suyatno dan Ibu Saptorini yang telah memberikan dukungan baik kasih sayang maupun materi. Semoga bapak dan ibu selalu diberi kesehatan, umur yang panjang dan senantiasa mendapatkan lindungan Allah SWT.
3. Untuk Bapak Ubaidillah, S.E.,M.E.I Dosen pembimbing saya yang telah banyak menyediakan waktu, tenaga, pemikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk Bapak Pram dan Ibu Yupike selaku owner dari Inlander Kopi yang sudah memberikan izin, kesempatan, waktu dan tenaganya dalam bantuannya mendapatkan informasi tentang Inlander Kopi.
5. Untuk responden yang sudah membantu untuk mengisi kuesioner penulis, semoga dimudahkan dalam segala urusannya.
6. Untuk diri saya sendiri terima kasih sudah bertahan dan berjuang sampai titik ini terhadap hal-hal apapun yang membuat saya jatuh, namun terus memilih untuk kembali bangkit dengan semangat yang lebih.
7. Semua pihak yang sudah membantu penulis terimakasih atas dukungan dan motivasi kepada penulis.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *INLANDER* KOPI
KECAMATAN KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA**

Yola Adiartanti
1817201086

E-mail : yollaadiartanti27@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Pada penelitian ini tentang salah satu produk UMKM kopi di Kabupaten Purbalingga. Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki potensi perkebunan kopi. Pengembangan potensi perkebunan kopi didukung oleh pemerintah dan masyarakat lokal. Pemerintah bersama dengan komunitas kopi setiap tahun rutin menggelar Festival Kopi Purbalingga. Kopi yang dihasilkan adalah kopi Robusta dan kopi Arabika. Tujuan penelitian ini untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap kepuasan konsumen.

Jenis metode penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan metode penelitian kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*. Jenis teknik sampling dari *nonprobability* pada penelitian ini yaitu *sampling purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa: 1) Hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan kualitas produk dan label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 2) Hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 3). Hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Saran terkait variabel guna tetap memperhatikan kualitas produk dan label halal sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Label Halal, dan Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND HALAL LABELS ON
CONSUMERS SATISFACTION COFFEE INLANDER KEMANGKON
SUB-DISTRICT PURBALINGGA REGENCY**

Yola Adiartanti
1817201086

E-mail : yollaadiartanti27@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto State Islamic University

ABSTRACT

The background of the research is about one of the coffee products in the MSMEs in the Purbalingga district. Purbalingga district is one of the regencies in Central Java that has the potential for coffee plantations. The development of coffee plantations is potential support by the government and local communities. The government and the coffee community together held the Purbalingga Coffee Festival. The coffee produced is Robusta coffee and Arabica coffee. This study aims to determine the effect of product quality and halal labels on consumer satisfaction.

The research method used by the researcher is a quantitative method. The sampling technic used in this research is *nonprobability sampling*. The kind of sampling in *nonprobability sampling* is *sampling purposive*. The collecting data by interviews, questionnaires, and documentation. The data analysis technique in this research used multiple linear regression analysis.

The result of this research shows that there are: 1) The result of the calculation of simultaneous test statistics, it can be concluded that product quality and halal labels are influences on consumer satisfaction. 2) The result of the partial test statistics calculation, it can be concluded that product quality affects consumer satisfaction. 3) The result of the partial test statistics calculation, it can be concluded that halal labels affects consumer satisfaction. The suggestions related to variables in order to pay attention to the quality of product and halal labels so that will be able to give the effects of consumer satisfaction.

Keywords: product quality, halal labels, consumer satisfaction

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ba ^ʿ	B	Be	
ta ^ʿ	T	Te	
ث	Ša	T	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha ^ʿ	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra ^ʿ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	d ^ʿ ad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	T	te (dengan garis di bawah)

ظ	Za	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	„ ain	„	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa“	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	„el
م	Mim	M	„em
ن	Nun	N	„en
و	Waw	W	W
ه	ha“	H	Ha
ء	Hamzah	„	Apostrof
ي	ya“	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. *Ta’ marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al* ” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

الولياء كرامة	ditulis	Karâmah al-aulyâ“
---------------	---------	-------------------

- b. Bila *ta'* marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

لفطرة زكا	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	<i>Fathah</i>	ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	هلية جا	Jâhiliyah	
2.	Fathah + ya ^{mati}	Ditulis	A
	تس	Tansa	
3.	Kasrah + ya ^{mati}	Ditulis	I
	يم كر	Karîm	
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	ض وفر	Furûd	

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya ^{mati}	Ditulis	Ai
	بينكم	Bainakum	
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Qaul	

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	ditulis	a ^{anti} m
أعدت	ditulis	u ^{iddat}

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah*

yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

الفروض ذوى	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yaitu Agama Islam yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti. Bersama dengan selesainya skripsi ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto..
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I., Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Ubaidillah, S.E.,M.E.I Dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terimakasih saya ucapkan kepada Bapak atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan dari Bapak.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Segenap Staff dan Karyawan Universitas Islam Negeri. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Suyatno dan Ibu Saptorini yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, perhatian, nasehat dan do'a yang senantiasa mengiringi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih untuk adik penulis Haviz Adhi Afriansyah dan Mikayla Zhafira Adi Qaireen yang sudah mensupport, mendo'akan dan membantu dalam proses menyelesaikan skripsi.

9. Untuk Bapak Pram dan Ibu Yupike selaku owner dari Inlander Kopi yang sudah memberikan izin, kesempatan, waktu dan tenaganya dalam bantuannya mendapatkan informasi tentang Inlander Kopi.
10. Untuk Jumanto Ginanjar yang selalu mendampingi penulis, memberi semangat, motivasi, selalu menjadi pendengar keluh kesah penulis, memberikan do'a terbaik kepada penulis. Semoga kita dapat bertemu di titik terindah menurut takdir.
11. Untuk Oktaviani Amallia terimakasih sudah berjuang bersama, memberi semangat, berkeluh kesah dalam proses menyelesaikan skripsi ini, motivasi dan do'a, suka dan dukanya dalam mengerjakan skripsi ini, semoga apapun cita-cita kita bisa segera terlaksana.
12. Untuk sahabatku Leksani Dwi Rahayu, Iin Nurcahya, dan Salsabila Mudzakir, Kenny Savitri, serta teman-teman penulis yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat, motivasi, dukungan, menjadi tempat berkeluh kesah, dan memberikan do'a terbaik kasih sayang kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.
13. Untuk sahabat SMP Maida, Susi, Mei, Triyanti serta teman-teman penulis yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat, motivasi, dukungan, menjadi tempat berkeluh kesah, dan memberikan do'a terbaik kasih sayang kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.
14. Teman - teman penulis Ekonomi Syariah B 18 yang telah memberikan kenangan, cerita dan kesan menarik selama perkuliahan. Semoga kalian semua dimudahkan dalam mencapai apa kalian yang inginkan.
15. Semua konsumen *Inlander* kopi yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
16. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi dengan baik. Namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan

skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.

Purwokerto, 08 Febuari 2023

Yang menyatakan



Yola Adiartanti

NIM. 1817201086

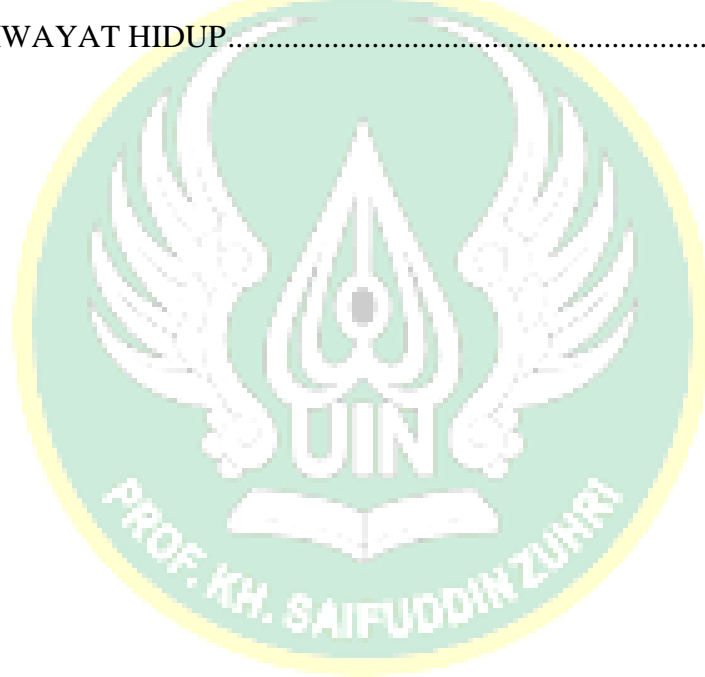


DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO HIDUP	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
A. Kajian Teori.	13
1. Kualitas Produk	13
2. Label Halal	16
3. Kepuasan Konsumen.....	22
B. Kajian Teologis	25
1. Kualitas produk dalam prespektif islam	25
2. Label halal dalam presepektif islam.....	26
3. Kepuasan konsumen dalam presepektif islam.....	26
C. Kajian Pustaka.....	27
D. Hubungan Antar Variabel	31

E. Kerangka Penelitian	33
F. Hipotesis.....	34
BAB III	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel	35
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	37
E. Pengumpulan Data Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Analisis Data Penelitian	40
1. Uji Kualitas Data	40
2. Uji Asumsi Klasik	41
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
4. Uji Hipotesis.....	44
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
1. Sejarah Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.....	47
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4. Karakteristik berdasarkan Intensitas Pembelian.....	51
C. Hasil Analisis Data.....	52
1. Uji Kualitas Data	52
2. Uji Asumsi Klasik	55
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4. Hasil Uji Hipotesis	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga	64

2. Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Purbalingga.....	67
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.....	69
BAB V.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
C. Keterbatasan Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	108



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Produk UMKM Kopi di Tuka-Tuku Purbalingga
Tabel 1.2	Data Penjualan Produk UMKM Kopi di Tuka-Tuku Purbalingga
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian
Tabel 3.2	Skala Likert
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Label Halal
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen
Tabel 4.9	Hasil Uji Realibilitas
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterorkedasitas
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Gambar Aneka Produk UMKM Kopi di Tuka-Tuku Purbalingga
- Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
- Gambar 4.1 Gambar Produk Inlander Kopi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah kopi lebih dikenal atau lebih populer dengan sejenis minuman dengan mengolah ekstraksi biji kopi. Kopi memiliki kepopuleran yang semakin meningkat di kalangan masyarakat. Minum kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup dan kebiasaan masyarakat Indonesia. Di Indonesia setiap tanggal 11 Maret merupakan Hari Kopi Nasional mulai dari tahun 2019 oleh DPP Dewan Kopi Indonesia. (Savitri, 2021)

Indonesia sangat diuntungkan dari posisi geografis yang sangat sesuai digunakan untuk membudidayakan kopi. Proses untuk membudidayakan kopi dilakukan dengan cara vegetatif dan generatif. Tanaman kopi dapat berbunga hingga berbuah dengan pengaruh iklim sekitarnya. Tanaman kopi dapat melakukan penyerbukan sendiri. Pada umumnya hal ini terjadi pasca musim hujan. Letak iklim Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi terbaik. (Darmawan & dkk., 2021)

Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah yang terletak di antara kaki gunung Slamet dan dataran tinggi Dieng memiliki ketinggian 500-1200 meter di atas permukaan laut. Menjadikan daerah Purbalingga potensial sebagai daerah pertanian dan perkebunan. Pengembangan potensi kopi di Purbalingga sendiri didukung oleh masyarakat dan Pemerintahnya. Festival kopi di Purbalingga yang digagas oleh penggiat kopi sudah diadakan rutin tiap tahun. Kabupaten Purbalingga memiliki potensi perkebunan kopi dan pariwisata. Pengembangan potensi perkebunan kopi sebagai daya tarik didukung oleh pemerintah dan masyarakat lokal. Kopi yang dihasilkan adalah kopi Robusta dan kopi Arabika. Sifat kopi cenderung menyerap bau, maka dari itu proses pengeringan yang dilakukan di tanah atau di kebun berpotensi merusak cita rasa dan kualitas kopi yang dihasilkan. Pengeringan di musim hujan akan berpengaruh karena tidak bisa mengoptimalkan pengeringan dan tentunya dibutuhkan waktu serta usaha yang lebih besar. Nilai ekonomi pada kopi

dipengaruhi oleh proses pada pemanenan biji kopi hingga proses pengolahan atau yang biasa dikenal roasting. (Utami, 2020)

Pada Hari Jadi Ke-188 Kabupaten Purbalingga, Pemerintah bersama dengan komunitas kopi menggelar Festival Kopi Purbalingga di Alun-Alun Purbalingga. Semenjak dari tahun 2018 Kabupaten Purbalingga selalu mengadakan Festival Kopi pada setiap Hari Jadi Kabupaten Purbalingga. Jumlah penikmat kopi yang semakin meningkat menyebabkan berbagai usaha melakukan inovatif dengan mengembangkan produk yang berbahan dasar dari bahan kopi. Kopi dulunya dikomersilkan dalam bentuk biji dan bubuk untuk saat ini telah berkembang menjadi berbagai macam produk. (Jateng y. p., 2018)

Semakin hari seiring dengan bervariasinya perilaku konsumen di Purbalingga di dukung dengan banyaknya pengusaha yang tertarik untuk memulai usaha di bidang kuliner seperti makanan dan minuman. Setiap perusahaan dituntut dapat memenuhi kepuasan konsumen, harapan konsumen, salah satunya adalah perusahaan di bidang kuliner. Muncul banyaknya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjual berbagai macam produk makanan maupun minuman dalam bentuk kemasan. Seperti yang dilakukan oleh Pemerintah kabupaten Purbalingga membentuk konsep “Tuka-Tuku” sebagai suatu dukungan pengembangan start up dibidang makanan khas daerah dan produk lokal yang lainnya. “Tuka-Tuku akan melakukan kurasi terhadap produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari sisi legalitas, kehalalan, kualitas, dan kemasan serta melakuka uji coba pasar lokal untuk mengetahui apakah bisa diterima oleh konsumen,sebelum produk dipasarkan lebih luas secara luring maupun daring melalui *marketplace*. Dan saat ini produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) makanan dan minuman khas Purbalingga sudah ada di gerai Alfamart dan Indomaret di kabupaten Purbalingga. (Jateng A. , 2022)

Didalam sebuah bisnis, usaha dan perusahaan pasti ada yang namanya sebuah persaingan terutama persaingan perusahaan yang berasal perusahaan sejenis. Didalam sebuah persaingan yang ketat dan semakin banyaknya pesaing. Perusahaan harus memperhatikan serta meningkatkan kualitas produk yang

terbaik untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Tabel 1.1 menjelaskan adanya beberapa produk UMKM kopi yang ada di kabupaten Purbalingga. (Lia, 2023)

Tabel dan Gambar 1.1
Daftar nama-nama produk UMKM kopi di Tuka-Tuku Kabupaten
Purbalingga

No.	Nama Produk	Alamat
1.	Inlander Kopi 	Jl. Raya Karangtengah, Kradegan, Kecamatan Kemangkon, Kabupaten Purbalingga.
2.	Sangan 	Dusun 3, Binangun, Kecamatan Mrebet, Kabupaten Purbalingga
3.	Lutan 	Desa Tanalum, Kecamatan Rembang, Kabupaten Purbalingga
4.	DAN 	Desa Rembang, Kecamatan Rembang, Kabupaten Purbalingga

5.	Kopikalitas		Jl. Veteran No.5, Purbalingga Lor, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga
----	-------------	--	---

Sumber : Survey “Tuka-Tuku Produk UMKM Purbalingga”2022

Menurut Kotler dan Keller kualitas produk merupakan keseluruhan ciri khas serta karakteristik dari suatu produk maupun jasa yang dapat menunjang serta memberikan kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Kotler dan Armstrong juga mendefinisikan kualitas produk adalah ciri khas atau karakteristik dari sebuah produk maupun jasa yang menjelaskan fungsinya untuk dapat memberikan fungsi atau kemampuannya untuk mencukupi kebutuhan konsumennya. Kualitas produk sama dengan kualitas performa, yaitu kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya atau kegunaan dari produk itu sendiri dan Kualitas produk sama dengan *conformance quality* adalah suatu kebebasan dari kerusakan sebuah produk dan suatu konsisten didalam tingkat performa yang sudah di targetkan. (Suryati, 2015)

Label merupakan beberapa keterangan yang terdapat di dalam kemasan suatu produk. Yang mana secara umum label minimal terdapat beberapa informasi di dalamnya seperti nama atau merek produk, bahan yang digunakan (bahan baku), bahan tambahan komposisi, informasi gizi yang terkandung, tanggal kadaluarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Halal berarti diizinkan atau diperbolehkan Allah swt. Nilai agama juga berpengaruh pada niat dari konsumen untuk mengkonsumsi makanan atau minuman yang halal. Untuk produk dijamin halal, produsen harus memiliki sertifikasi halal. Selain berguna bagi konsumen, halal sertifikasi juga bermanfaat bagi produsen, seperti lebih mudah dalam mendapatkan pangsa pasar (Harahap, 2020). Halal adalah sesuatu

yang diperbolehkan menurut ajaran islam seperti yang terkandung di dalam firman Allah Surah Al-Ma'idah ayat 88 :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya : “ Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Berdasarkan ayat di atas, bisa disimpulkan bahwa mengonsumsi makanan yang halal hukumnya wajib karena merupakan perintah, tapi juga menunjukkan bahwa hal tersebut merupakan salah satu bentuk perwujudan dari rasa syukur serta keimanan kepada Allah Swt. Dan larangan memakan makanan yang haram karena menyebabkan segala amal ibadah yang dilakukan tidak akan diterima oleh Allah serta bisa jadi makanan tersebut memberi manfaat buruk bagi kesehatan. (Hamid, 2012)

Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa ternyata konsumen sering dihadapkan pada penjualan atau peredaran produk makanan olahan yang mengandung bahan haram atau dapat mengganggu kesehatan konsumen. Kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia dan telah merugikan banyak pihak, serta menimbulkan keresahan masyarakat.

Pada tahun 1980-an sebuah penelitian dilakukan seorang ahli teknologi pangan dari Universitas Brawijaya-Malang, Ir. Tri Susanto M. App, yang menyoroti adanya kandungan lemak babi dalam beberapa jenis atau produk makanan yang terbukti secara ilmiah memiliki kandungan lemak babi. Dalam perkembangan isu daftar produk yang mengandung lemak babi itu meluas menjadi ratusan item produk makanan, bahkan melebar kepada produk-produk yang sebenarnya tidak mengandung lemak haram tersebut, seperti produk pasta gigi, sabun mandi, sabun cuci dan lain sebagainya. (Al-Asyhar, 2003)

Setelah heboh dengan kasus lemak babi pada tahun 1988, pada tahun 2001 MSG Ajinomoto diharamkan yang sebelumnya telah dinyatakan halal. Melalui fatwanya, MUI menyatakan bahwa Ajinomoto sebagai makanan hama

dikarenakan pada proses pembuatan produk menggunakan pemanfaatan unsur *porcine* (babi). Mengingat mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, maka adalah sangat wajar apabila diharuskan semua bahan pangan yang diproduksi dan diedarkan di Indonesia adalah minuman dan makanan yang halal, kecuali bahan pangan baik berupa minuman dan makanan untuk non-muslim. Dengan demikian diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian akan kehalalan produk pangan yang dikonsumsi oleh umat Islam yang merupakan bagian terbesar di Indonesia. (Apriyantono & Nurbowo, 2003)

Sebelum berlakunya UU No. 33 Tahun 2014 Halal dalam hal ini berhubungan dengan jaminan kehalalan dari adanya sertifikasi halal dikeluarkan oleh LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) yang nantinya akan ditindak lanjuti dengan proses labelisasi halal pada produk. Setelah berlakunya UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, berdasarkan pasal 29 bahwasanya permohonan sertifikat halal diajukan langsung oleh pelaku usaha secara tertulis kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Untuk melakukan pemeriksaan halal BPJPH telah menetapkan Lembaga Produk Halal (LPH) yang bertugas melakukan pengujian halal dan pemeriksaan kehalalan produk (Pasal 30 ayat 1). Pemeriksaan dilakukan oleh auditor halal dan melalui uji laboratorium. Dan hasil pengujian yang dilakukan LPH diberikan ke BPJPH untuk selanjutnya diserahkan ke MUI untuk menetapkan kehalalan produk (Pasal 32). Untuk menentukan apakah produk tersebut halal atau tidak MUI melakukan sidang fatwa MUI yang diikuti oleh pakar, unsur kementerian atau instansi terkait. Penetapan halal ditandatangani oleh MUI selanjutnya diserahkan kepada BPJPH untuk menerbitkan sertifikat halal. Dan BPJPH harus mempublikasikan penerbitan sertifikat halal. Pelaku usaha yang sudah memiliki sertifikat halal harus mencantumkan label halal pada kemasan produk. (Ulyah, 2018)

Menurut Kotler kepuasan konsumen akan dijadikan perbandingan persepsi (kinerja atau hasil) yang telah dirasakan dibandingkan relatif pada harapannya. Konsumen akan mengalami salah satu tingkat dari tiga tingkatan kepuasan

secara keseluruhan dengan kata lain konsumen akan kecewa jika kinerja jauh dari harapan, dan sebaliknya konsumen akan merasa puas, ketika kinerja jauh dari yang diharapkan. (Setiawan & dkk, 2019)

Kepuasan konsumen adalah label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas serangkaian kegiatan fisik, berkaitan dengan produk atau layanan. Kepuasan konsumen disisi lain memiliki perasaan yang positif konsumen yang dimiliki konsumen tentang sebuah produk/ layanan selama menggunakan atau setelah menggunakan layanan atau produk. (Setiawan & dkk, 2019)

Konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen sangat krusial bagi kalangan bisnis, karena konsumen dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan konsumen berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan konsumen memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes dari konsumen, reaksi pesaing dan masuknya produk substitusi baru ke pasar. (Tjiptono, 2008).

Masyarakat kini mulai berpikir selektif dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share*. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. (Arumsari, 2012)

Inlander Kopi pada awalnya merupakan sebuah kedai atau warung kopi yang ada di Kabupaten Purbalingga, berdiri di pertengahan tahun 2016 untuk Inlander Kopi beralamat di Griya UMKM Kabupaten Purbalingga. Tepatnya di Jalan Karangpoh Kulon, Kalikabong Kecamatan Kalimanah, Kabupaten Purbalingga. Inlander Kopi yang menawarkan berbagai jenis minuman olahan kopi, dengan harga yang relatif murah namun memiliki cita rasa yang khas, bisa menikmati kopi yang diseduh di kedai maupun *take away*. Inlander Kopi

mengutamakan kualitas produk terhadap para penikmatnya, yang mereka beri nama dengan sebutan Sahabat Lander's.

Kemudian pada tahun 2017 Inlander Kopi mulai menciptakan produk kemasan yang di produksi di Omah Ngopi Inlander yang beralamat di Jl. Raya Karangtengah, Kradegan, Kecamatan Kemangkon, Kabupaten Purbalingga. Inlander Kopi menawarkan beberapa produk kemasan yang sudah berlabel halal diantaranya Kopi Robusta dan Kopi Arabika. Untuk kopi Robusta sendiri didapati dari daerah-daerah yang ada di Purbalingga yaitu Kopi Robusta Jingsang, Robusta Danasari, Robusta Gondang, Robusta Cendana, Robusta Kramat, dan Robusta *Blend* (Campuran dari seluruh kopi Robusta yang ada di daerah Purbalingga). Dan untuk kopi Arabika ada kopi Arabika Gunung Malang dan kopi Arabika Gunung Kelir. Inlander Kopi juga memperhatikan serta menerapkan standar operasional dalam proses produksinya agar dapat menjaga dan mempertahankan kualitas produknya. Meliputi bahan baku, lama waktu prosesnya, waktu prosesnya, mesin maupun peralatan yang digunakan dalam proses pembuatannya. Lama proses pengolahannya juga sangat di perhatikan karena sangat berpengaruh terhadap kualitas produk dan cita rasa yang di hasilkan.

Untuk promosi dan pemasarannya menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Selain itu untuk promosi secara *offline* juga tetap berjalan. Pemasarannya di distribusikan di beberapa outlet di Purbalingga, Alfamart, Indomart di kabupaten Purbalingga, dan beberapa outlet di Purwokerto. Selain itu juga di jual secara *online* melalui *e-corner* griya umkm Purbalingga, dan tuka-tuku.

Tabel 1.2
Data Penjualan Tuka-Tuku

No.	Bulan	Data Penjualan Produk UMKM Kopi Tahun 2022				
		Inlander Kopi	Sangan	Lutan	DAN	Kopikalitas
1.	Januari	36	16	20	24	20
2.	Februari	-	-	-	-	-
3.	Maret	-	-	-	-	20
4.	April	40	20	20	20	-
5.	Mei	-	-	-	-	-
6.	Juni	30	-	22	-	20
7.	Juli	-	20	-	20	-
8.	Agustus	20	-	30	-	-
9.	September	-	-	-	-	-
10.	Oktober	41	-	20	20	-
11.	November	30	20	25	-	20
12.	Desember	20	-	-	-	-
Total		217	76	139	84	80

Sumber : Data Penjualan UMKM Kopi Tuka-Tuku, 2023

Untuk hambatan dari Inlander Kopi ini adalah menstabilkan bahan baku, selain karena faktor cuaca yang dapat mempengaruhi hasil jumlah panen dari petani. Dan beliaupun menyadari masih banyak memiliki kekurangan yang dialami contohnya kestabilan stok bahan baku, stok produk jadi, belum memiliki karyawan sehingga pengiriman memerlukan waktu yang lambat. Dan untuk akhir-akhir ini Inlander Kopi sudah jarang menyuplai kopi di kedai maupun *coffe shop*. (Pram & Wulandari, 2022)

Dari latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa penulis tertarik meneliti kualitas produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga karena produk yang dihasilkan sudah diakui kualitasnya baik

produk yang disajikan ke dalam kemasan. Setelah melakukan wawancara dengan pemilik Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga Bapak Pram dan Ibu Yupike beliau menjelaskan bahwa sampai saat ini Inlander Kopi masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, Dan beliau pun menyadari masih banyak memiliki kekurangan yang dialami contohnya kurang maksimal dalam promosi, kestabilan stok bahan baku, belum memiliki karyawan sehingga pengolahan memerlukan waktu yang lumayan lama. Untuk Label halal pada produk menunjukkan bahwa produk tersebut tidak tercampur dengan bahan haram lainnya. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan sebuah kunci dari keberhasilan suatu usaha atau produsen untuk dapat mempertahankan konsumen bahkan merekomendasikannya. Selain itu Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga juga belum pernah melakukan survei terkait Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan topik yang sudah di jelaskan diatas dan menjadikan topik tersebut untuk menghasilkan bahan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga?
2. Apakah label halal berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga?
3. Apakah kualitas produk dan label halal berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui secara parsial seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

- b. Untuk mengetahui secara parsial seberapa pengaruh label halal terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga
- c. Untuk mengetahui secara parsial dan simultan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap kepuasan konsumen pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, dapat dijadikan bahan pustaka bagi peneliti lain yang akan melakukan tentang kualitas produk dan label halal terhadap kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

- a) Sebagai persyaratan untuk menyelesaikan jenjang Starta (S-1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto
- b) Penelitian ini dapat membantu peneliti untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antar variabel yang diujikan yaitu kualitas produk, label halal, dan kepuasan konsumen.
- c) Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran produk bagi peneliti terutama yang berkaitan dengan kualitas produk, label halal, dan kepuasan konsumen.

2) Bagi Perusahaan

Bagi Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang baru serta inovasi bagi Inlander Kopi dalam menyusun strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas produk, dan informasi mengenai kelebihan produk yang sudah berlabel halal.

3) Bagi Peneliti lain

Dapat digunakan sebagai tambahan informasi atau referensi lain apabila hendak melakukan penelitian sejenis.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian maka, penulis menyusun sistematika pembahasan kedalam beberapa bagian uraian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang yang menjadi landasan atau garis besar dilakukannya penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi landasan teori yang sesuai dengan tema penelitian dan objek penelitian. Pada bagian ini jua dilengkapi dengan landasan teologis yang menjadi ciri Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, hubungan antar variabel, kajian pustaka, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode dan pengumpulan data penelitian, variabel penelitian, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dimuat kesimpulan yang diperoleh dari hasil.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori.

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller kualitas produk merupakan keseluruhan ciri khas serta karakteristik dari suatu produk maupun jasa yang dapat menunjang serta memberikan kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Kotler dan Armstrong juga mendefinisikan kualitas produk adalah ciri khas atau karakteristik dari sebuah produk maupun jasa yang menjelaskan fungsinya untuk dapat memberikan fungsi atau kemampuannya untuk mencukupi kebutuhan konsumennya. Terdapat dua dimensi kualitas produk yaitu (a) *Quality Level* (Level Kualitas), kualitas produk sama dengan kualitas performa, yaitu kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya atau kegunaan dari produk itu sendiri; (b) *Quality Consistency* (Konsistensi Kualitas) Kualitas produk sama dengan *conformance quality* adalah suatu kebebasan dari kerusakan sebuah produk dan suatu konsisten didalam tingkat performa yang sudah di targetkan. (Suryati, 2015)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud. Didefinisikan dalam secara luas produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud di atas. Jasa adalah produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang dijual seperti gunting rambut, perbaikan rumah, dll. Jasa pada dasarnya terwujud (tidak terdeteksi pancaindra) dan tidak mengakibatkan kepemilikan atas apapun. (Abdullah & Tantri, 2021)

Sedangkan menurut Wijaya menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan gabungan keseluruhan ciri khas suatu produk dapat

dihasilkan dari bagian *marketing* atau pemasaran, rekayasa dari produksi serta perawatan atau pemeliharaan untuk dijadikan suatu barang atau produk yang dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. (Ibrahim & Thawil, 2019)

b. Klasifikasi Produk

Dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk dan jasa, pemasar mengembangkan beberapa klasifikasi produk. Pertama-tama, pemasar membagi produk dan jasa menjadi dua kelas besar berdasarkan pada jenis konsumen yang menggunakannya yaitu produk konsumen dan produk industri.

1. Produk konsumen

Produk konsumen adalah apa yang di beli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Pemasar biasanya mengklasifikasikan lebih jauh barang-barang ini berdasarkan pada cara konsumen membelinya. Produk konsumen mencakup produk sehari-hari, produk khusus dan produk yang tidak di cari.

2. Produk Industri

Produk industri adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Jadi, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan produk tersebut di beli. Terdapat tiga kelompok produk industri yaitu bahan dan suku cadang, barang modal, serta perlengkapan dan jasa.

c. Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator kualitas produk menurut (Lupiyoadi, 2001) sebagai berikut :

1) Fungsi (*Performance*)

Merujuk kepada aspek fungsional barang atau ciri khas suatu produk yang didasari oleh preferensi subyektif oleh konsumen yang bersifat *universal* (umum).

2) Fitur (*Features*)

Bisa berupa bentuk produk tambahan dari suatu produk yang dapat menambah fungsi dasar yang berhubungan dengan pengembangan produk. Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

3) Keandalan (*Reliability*)

Berhubungan dengan probabilitas suatu barang dalam menjalankan fungsinya. Keandalan suatu produk itu menandakan pentingnya kualitas produk berarti bagi konsumen. Keandalan suatu produk sangat penting mengingat besarnya biaya pergantian dan pemeliharaan yang harus digantikan bila produk tidak *reliable*.

4) Kesesuaian (*Conformance*)

Berdasarkan tingkat kesesuaian atau spesifikasi suatu produk yang telah ditetapkan standar di dalam proses produksinya. Kesesuaian diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian, termasuk perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diatasi, dan beberapa kesalahan lain.

5) Usia produk/Ketahanan (*Durability*)

Berhubungan dengan refleksi umur ekonomi sebagai daya tahan suatu produk sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh oleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat melalui jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan atau keputusan untuk mengganti produk.

6) Pelayanan (*Serviceability*)

Berkaitan dengan kecepatan, ketepatan, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Kemampuan pelayanan suatu

produk memiliki perbedaan standar bagi setiap orang dan kualitasnya secara subjektif oleh pelanggan.

7) Estetika (*Asthetics*)

Karakter yang memiliki sifat subyektif akan nilai estetika suatu produk terkait dengan pertimbangan yang dilakukan konsumen. Jadi estetika merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh pelanggan.

8) Kualitas yang Dipersepsikan (*Perceived quality*)

Konsumen tidak selalu mengetahui informasi yang lengkap mengenai atribut produk dan jasa. Dan merupakan sifat subyektif terkait perasaan pada konsumen akan keberadaan produk sebagai produk yang berkualitas. Biasanya melalui merek, nama, dan negara produsennya.

Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peran kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaannya.

2. Label Halal

a. Pengertian Label

Label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualnya. Jadi, sebuah label itu merupakan bagian pembungkusnya, atau merupakan suatu etiket yang tertempel secara langsung pada sebuah barang (Swastha, 1999). Label pangan penting untuk diketahui sebagai informasi terutama mengenai substansi dan standar pemakaian yang dilabelkan. Label merupakan media komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumennya (Hasan, 2014).

Label merupakan keterangan yang melengkapi suatu kemasan barang yang berisi tentang bahan-bahan yang digunakan untuk membuat suatu barang tersebut. Labeling berkaitan erat dengan

pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang menempel atau melekat pada produk. Label produk (product label) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk. (Zainal, 2017)

b. Pengertian Label Halal

Halal dalam bahasa berarti diijinkan (Pradipta, 2015). Sedangkan menurut Yusuf Qardawi halal adalah sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan (Erawati, 2008). Halal adalah sesuatu yang jika digunakan tidak mengakibatkan mendapat siksa (dosa). 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. Halal berasal dari kata arab yang berarti melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya. Sedangkan yang dimaksud dengan makanan halal menurut Himpunan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah makanan yang dibolehkan memakanya menurut ajaran Islam.

Label halal merupakan beberapa keterangan yang terdapat di dalam kemasan suatu produk. Yang mana secara umum label minimal terdapat beberapa informasi di dalamnya seperti nama atau merek produk, bahan yang digunakan (bahan baku), bahan tambahan komposisi, informasi gizi yang terkandung, tanggal kadaluarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Halal berarti diizinkan atau diperbolehkan Allah Swt. Nilai agama juga berpengaruh pada niat dari

konsumen untuk mengkonsumsi makanan atau minuman yang halal. Label Halal adalah pemberian tanda halal yang tertulis atas jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan nomor kode sertifikat halal. Untuk produk dijamin halal, produsen harus memiliki sertifikasi halal. Selain berguna bagi konsumen, halal sertifikasi juga bermanfaat bagi produsen, seperti lebih mudah dalam mendapatkan pangsa pasar (Harahap, 2020). Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam seperti yang terkandung di dalam firman Allah Surah Al-Ma'idah ayat 88 :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya : “Dan makanlah dari apa yang telah Allah berikan kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Berdasarkan ayat di atas, bisa disimpulkan bahwa mengkonsumsi makanan yang halal hukumnya wajib karena merupakan perintah, tapi juga menunjukkan bahwa hal tersebut merupakan salah satu bentuk perwujudan dari rasa syukur serta keimanan kepada Allah Swt. Dan larangan memakan makanan yang haram karena menyebabkan segala amal ibadah yang dilakukan tidak akan diterima oleh Allah serta bisa jadi makanan tersebut memberi manfaat buruk bagi kesehatan. (Hamid, 2012)

Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa ternyata konsumen sering dihadapkan pada penjualan atau peredaran produk makanan olahan yang mengandung bahan haram atau dapat mengganggu kesehatan konsumen. Kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia dan telah merugikan banyak pihak, serta menimbulkan keresahan masyarakat.

Pada tahun 1980-an sebuah penelitian dilakukan seorang ahli teknologi pangan dari Universitas Brawijaya-Malang, Ir. Tri Susanto M.

App, yang menyoroti adanya kandungan lemak babi dalam beberapa jenis atau produk makanan yang terbukti secara ilmiah memiliki kandungan lemak babi. Dalam perkembangan isu daftar produk yang mengandung lemak babi itu meluas menjadi ratusan item produk makanan, bahkan melebar kepada produk-produk yang sebenarnya tidak mengandung lemak haram tersebut, seperti produk pasta gigi, sabun mandi, sabun cuci dan lain sebagainya. (Al-Asyhar, 2003)

Setelah heboh dengan kasus lemak babi pada tahun 1988, pada tahun 2001 MSG Ajinomoto diharamkan yang sebelumnya telah dinyatakan halal. Melalui fatwanya, MUI menyatakan bahwa Ajinomoto sebagai makanan hama dikarenakan pada proses pembuatan produk menggunakan pemanfaatan unsur *porcine* (babi). Mengingat mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, maka adalah sangat wajar apabila diharuskan semua bahan pangan yang diproduksi dan diedarkan di Indonesia adalah minuman dan makanan yang halal, kecuali bahan pangan baik berupa minuman dan makanan untuk non-muslim. Dengan demikian diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian akan kehalalan produk pangan yang dikonsumsi oleh umat Islam yang merupakan bagian terbesar di Indonesia. (Apriyantono & Nurbowo, 2003)

Sebelum berlakunya UU No. 33 Tahun 2014 Halal dalam hal ini berhubungan dengan jaminan kehalalan dari adanya sertifikasi halal dikeluarkan oleh LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) yang nantinya akan ditindaklanjuti dengan proses labelisasi halal pada produk. Setelah berlakunya UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, berdasarkan pasal 29 bahwasanya permohonan sertifikat halal diajukan langsung oleh pelaku usaha secara tertulis kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Untuk melakukan pemeriksaan halal BPJPH telah menetapkan Lembaga Produk Halal (LPH) yang bertugas melakukan pengujian halal dan pemeriksaan kehalalan produk (Pasal

30 ayat 1). Pemeriksaan dilakukan oleh auditor halal dan melalui uji laboratorium. Dan hasil pengujian yang dilakukan LPH diberikan ke BPJPH untuk selanjutnya diserahkan ke MUI untuk menetapkan kehalalan produk (Pasal 32). Untuk menentukan apakah produk tersebut halal atau tidak MUI melakukan sidang fatwa MUI yang diikuti oleh pakar, unsur kementerian atau instansi terkait. Penetapan halalla ditandatangani oleh MUI selanjutnya diserahkan kepada BPJPH untuk menerbitkan sertifikat halal. Dan BPJPH harus mempublikasikan penerbitan sertifikat halal. Pelaku usaha yang sudah memiliki sertifikat halal harus mencantumkan label halal pada kemasan produk. (Ulyah, 2018)

Dengan demikian Label Halal dapat diartikan berupa gambar atau tampilan yang dicantumkan dalam produk dengan tujuan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen. Karena dengan adanya label halal dapat lebih terpercaya kehalalannya.

c. Konsep Label Halal

Menurut UUD RI No 33 Th 2014. Label Halal adalah tanda kehalalan suatu Produk. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Pencantuman keterangan halal atau tulisan “halal” pada label pangan merupakan kewajiban apabila pihak produsen memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia menyatakan bahwa produknya halal bagi umat Islam. Penggunaan bahasa atau huruf selain bahasa Indonesia dan huruf Latin, harus digunakan bersamaan dengan padanannya dalam bahasa Indonesia dan huruf Latin.

Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetika, dan produk lainnya yang tidak mengandung unsur atau barang haram atau dilarang untuk dikonsumsi, digunakan, atau dipakai umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan bantu, dan bahan penolong lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses

rekayasa genetika dan iradiasi pangan yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam. Adapun yang menjadi syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah halal dzatnya, halal dalam memperolehnya, halal dalam memprosesnya, halal dalam menyimpannya, halal dalam pengangkutannya, dan halal dalam penyajiannya (Departemen Agama, 2003).

d. Fungsi Label Halal

Bagi konsumen Label Halal berfungsi :

- 1) Menjadi penjamin bahwa makanan ini secara substansi tidak mengandung hal-hal yang sekiranya diharamkan agama.
- 2) Secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan tenang
- 3) Memberikan kepastian perlindungan hukum terhadap konsumen.

(Mahsudi, 2015)

e. Indikator Label Halal

Indikator label halal menurut Peraturan Pemerintah Indonesia No. 69 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 3 ada empat, yaitu :

1) Gambar

Merupakan hasil dari tiruan yang berupa pola atau bentuk (orang, tumbuhan, hewan,dll.) dibuat dengan sebuah coretan alat tulis.

2) Tulisan

Merupakan hasil dari menulis yang diharapkan dapat dibaca.

3) Kombinasi Gambar dan Tulisan,

Merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.

4) Menempel pada Kemasan

Dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja maupun tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk) (BPOM, 2019)

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan yakni tanggapan penilaian konsumen terhadap barang atau jasa yang dialami di mana kepuasan itu mungkin lebih atau kurang. Menurut Sudaryono, kepuasan pelanggan merupakan suatu cara yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, khususnya dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum membeli atau mengkonsumsi dengan hasil yang diperoleh konsumen.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller “Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kepuasan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut” (Dewi , 2018).

Menurut Kotler kepuasan konsumen akan dijadikan perbandingan persepsi (kinerja atau hasil) yang telah dirasakan dibandingkan relatif pada harapannya. Konsumen akan mengalami salah satu tingkat dari tiga tingkatan kepuasan secara keseluruhan dengan kata lain konsumen akan kecewa jika kinerja jauh dari harapan, dan sebaliknya konsumen akan merasa puas, ketika kinerja jauh dari yang diharapkan. (Kotler & Keller, 2008) Kepuasan konsumen adalah label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas serangkaian kegiatan fisik, berkaitan dengan produk atau layanan. Kepuasan konsumen disini lain memiliki perasaan yang positif konsumen yang dimiliki konsumen tentang sebuah produk/ layanan selama menggunakan atau setelah menggunakan layanan atau produk. (Setiawan & dkk, 2019)

Kepuasan konsumen bergantung dengan harapan konsumen tersebut. Kepuasan terjadi jika konsumen menerima produk yang berkualitas sesuai apa yang diharapkan. Apabila harapan konsumen harga yang rendah, maka kepuasan didapatkan ketika perusahaan memberikan harga yang rendah. Kemudian jika konsumen

mengharapkan kenyamanan, kepuasan akan didapatkan bila pelayanan yang diberikan benar-benar nyaman.

Kepuasan konsumen sangat penting serta nilai pengalaman yang di rasakan oleh seseorang saat membandingkan harapannya saat konsumen merasa puas dengan hasil kinerja yang memenuhi harapannya. Jika pembeli tidak puas, mereka bisa merusak citra perusahaan. Sedangkan jika konsumen merasa puas, mereka akan mempromosikan produk atau jasa kepada orang-orang dari mulut ke mulut yang bisa mendapatkan banyak keuntungan. (Hasanah, 2010)

b. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut (Irawan, 2002) faktor-faktor yang merupakan pendorong kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Konsumen puas setelah membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas produk yang baik. Konsumen yang rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbananyang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak konsumen.

2. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama dengan produk yang lain, tetapi menetapkan harga yang relatif lebihh murah akan memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen. Harga yang murah bagi konsumen yang sensitif adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Sebaliknya konsumen yang tidak sensitif terhadap harga, mengenai harga hal tersebut tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Konsumen yang puas akan

menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Konsumen yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

4. Faktor emosional

Konsumen akan merasa puas, merasa bangga, merasa percaya diri karena adanya nilai emosional yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap *brand* tertentu.

5. Biaya dan kemudahan

Konsumen akan semakin puas apabila relatif murah, mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Selain itu hubungan label halal dengan kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai indikator pendukung dalam membuat keputusan dalam membeli sebuah produk agar terciptanya rasa kepuasan setelah mendapatkan produk yang ingin dimiliki. Label halal disini sebagai perantara dan sudah diakui oleh seluruh masyarakat karena adanya sertifikasi label halal yang dikeluarkan MUI. Sehingga konsumen tidak akan ragu karena sudah ada lembaga yang menjaminkannya. (Kurniawati, 2018)

c. Indikator Kepuasan Konsumen

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut (Tjiptono & Diana, 2019)

1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

yaitu menanyakan kepada pelanggan secara langsung seberapa puas konsumen terhadap barang ataupun jasa. Pertama dengan mengukur kepuasan konsumen dengan produk ataupun jasa yang bersangkutan dan yang kedua dengan membandingkan dengan produk atau jasa pesaing dengan tingkat kepuasan konsumen itu sendiri.

2. Kesesuaian Harapan (*Confirmation of Expectations*)

yaitu kepuasan tidak dapat diukur secara langsung melainkan melakukan konfirmasi antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual produk.

3. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intent*)

adalah suatu respon yang diberikan konsumen terhadap evaluasi persepsi perbedaan ekspektasi awal sebelum membeli atau menggunakan jasa dengan setelah dikonsumsi atau digunakan.

4. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)

adalah kesiediaan konsumen merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga yang menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan di tindak lanjuti.

B. Kajian Teologis

Secara etimologi, teologi berasal dari kata Yunani yang terdiri dari kata Theos yang berarti Tuhan atau Dewa dan Logos yang berarti pengetahuan. Teologi dapat diartikan sebagai Ilmu Ketuhanan atau *science of God*. Teologi adalah ilmu yang mengutamakan pemahaman masalah Tuhan dengan pendekatan logis dari ilmu dasar tauhid yang bersama-sama dengan syariat membentuk tujuan-tujuan keagamaan tertentu (Ahmad, 2003)

Dalam agama islam diajarkan bahwa apabila kita ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang ataupun jasa, maka harus dengan hasil yang baik dan berkualitas. Jangan memberikan hasil yang buruk kepada orang lain.

1. Kualitas produk dalam perspektif islam

Berikut ini landasan teologis untuk kualitas produk terdapat di dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

١٦٨

Artinya : “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah

setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah: 168).

Maksud dari ayat di atas yakni bumi yang telah disiapkan oleh Allah bagi semua manusia, mukminin, ataupun kafir. Setiap upaya dari siapa saja untuk menukarkan hasilnya, baik itu dari kelompok kecil maupun kelompok besar, keluarga, suku, bangsa atau ras, dengan merugikan yang lain, maka itu bertentangan dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Allah. Oleh karena itu, semua manusia diajak untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal yang ada di muka bumi (Shihab, 2000). Sedangkan dalam konteks ekonomi, khususnya kualitas produk dapat dipahami bahwa untuk memproduksi suatu barang ataupun jasa, kita harus memperhatikan kualitas produk tersebut agar nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan benar.

2. Label halal dalam presepektif islam

Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam seperti yang telah terkandung dalam firman Allah QS. Al-Maidah : 88;

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya : “Dan makanlah dari apa yang telah Allah berikan kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Makanan dalam ayat ini bukan hanya tertuju pada makanan yang dimakan lewat mulut saja namun sesuatu yang dikonsumsi atau digunakan di badan. Di dalam proses menggunakan zat-zat yang diharamkan secara Islam. Dalam surat Al-Maidah ayat 88 ini, Allah memerintahkan kepada hambanya agar mereka akan rezeki yang halal dan baik.

3. Kepuasan konsumen dalam presepektif islam

Kepuasan konsumen disisi lain memiliki perasaan yang positif konsumen yang dimiliki konsumen tentang sebuah produk atau layanan selama menggunakan atau setelah menggunakan layanan atau produk. Seperti di dalam firman Allah Swt dalam Q.S Ali-Imran ayat 159 :

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِنَّ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya : “Maka di sebabkan rahmat dari Allah lah kamu bersikap lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berbuat kasar tentulah mereka menjauhkan dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Di dalam ayat di atas dalam konteks kepuasan konsumen adalah hubungan ataupun interaksi antara penjual dan pembeli dapat bersikap lemah lembut, dapat memberikan kepuasan pada konsumen, harus memiliki ilmu yang mampu mengembangkan kepribadian untuk dapat berinovasi dalam usaha sehingga mampu menarik konsumen dan konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.

C. Kajian Pustaka

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan sekarang beserta perbedaannya.

1. (Maulida, Widodo, & Zulianto, 2019) Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember kepada konsumen maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember adalah kualitas pelayanan.
2. (Rohmah & dkk, 2021) Hasil penelitian tersebut menjelaskan kepuasan konsumen sayur dalam sistem pembelian online di CV. Kira Ermina Tulungagung Variabel produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel produk berpengaruh paling dominan.

3. (Ernawati, 2019) Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. Dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung.
4. (Romdhoni, Prastiwi, & Suyanto, 2021) Hasil Penelitian tersebut menjelaskan variabel labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. (Sunarsih, 2020) Hasil penelitian ini bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang.
6. (Nisa, 2021) Hasil penelitian ini menunjukkan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Tabel 2.1

Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun/ Judul	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Iis Maulida, Joko Widodo, Mukhamad Zulianto (2019)/Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas pelayanan	Kualitas produk dan Kualitas pelayanan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi	a. Jenis Penelitian : Kuantitatif b. Analisis Data : Analisis regresi linier berganda	a. Memiliki variabel independen yang sama yaitu Kualitas produk	a. Tempat dan waktu penelitian b. Variabel independen : Label halal

	Terhadap Kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.	kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan maka kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember semakin meningkat.	c. Skala Pengukuran : skala likert.		
2.	Siti Muafika Rohmah, Istis Baroh, dan Bambang Yudi Ariyadi (2021)/Analisis Kepuasan Konsumen sayur dalam Sistem pembelian online di CV. Kira Ermina Tulungagung	Variabel produk, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen sayur yang membeli dengan sistem online di CV. Ermina Tulungagung	a. Jenis Penelitian: Kuantitatif b. Analisis Data : Partial Least Squere (PLS) c. Skala Pengukuran : Skala Likert	a. Tujuan penelitian sama-sama ingin mengetahui kepuasan konsumen b. Jenis Penelitian: Kuantitatif c. Skala pengukuran : Skala Likert	a. Variabel Independen : Label Halal b. Perbedaan studi kasus
3.	Diah Ernawati (2019)/Pengaruh Kualitas produk, Inovasi produk dan Promosi terhadap Keputusan pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung	Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack Sandals Bandung. Variabel Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack Sandals Bandung. Variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack Sandals Bandung	a. Jenis Penelitian : Kualitatif b. Analisis Data : Teknik Purposive sampling c. Skala Pengukuran: Skala Likert	a. Satu variabel independen : Kualitas produk b. Jenis Penelitian : Kuantitatif c. Skala pengukuran : Skala Likert	a. Variabel independen : Label Halal b. Studi kasus

4.	Abdul Haris Romdhoni, Iin Emy Prastiwi, dan Suyanto (2021)/ Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Syariah Hotel Solo	Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dari peneliti ini variabel labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.	a. Jenis Penelitian : Kuantitatif b. Analisis Data : Regresi Linier Berganda	a. Analisis Data menggunakan Regresi Linier Berganda	Waktu dan objek penelitian
5.	Denok Sunarsih (2020)/ Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang	Bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang	a. Jenis Penelitian : <i>Explanatory Research</i> b. Analisis Data : Analisis statistik dengan pengujian regresi linier berganda	a. Salah satu variabel independen samayaitu kualitas pelayanan b. Variabel dependen kepuasan konsumen c. Analisis data pengujian regresi linier beganda	a. Waktu dan objek penelitian berbeda b. Variabel independen kualitas produk dan label halal
6.	Mila Aulia Nisa (2021)/Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Daerah Banjarwangi di PD. Ciptarasa Garut	Hasil penelitian menunjukkan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk juga berpengaruh positif dan signifika terhadap keputusan pembelian	a. Jenis Penelitian : Metode Kuantitatif b. Teknik Analisis Data : Regresi Linier Berganda	a. Variabel independen Lableh halal dan kualitas produk b. Jenis penelitian kuantitatif	a. Waktu dan objek penelitian berbeda b. Variabel independen kualitas pelayanan c. Variabel dependen Kepuasan konsumen

D. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas produk adalah salah satu alat penting di dalam pemasaran untuk dapat menetapkan posisi. Kualitas mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsistensi. Dalam mengembangkan suatu produk pemasaran harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk di pasar sasaran. Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dan atribut yang bernilai lain. (Abdullah & Tantri, Manajemen Pemasaran , 2021)

Penelitian yang dilakukan oleh oleh (Maulida, Widodo, & Zulianto, 2019) menunjukkan pengaruh positif antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Ayam Goreng Nelogso Jember. Dan penelitian (Rohmah & dkk, 2021) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

2. Hubungan Antara Label Halal Dengan Kepuasan Konsumen

Hubungan Label halal dengan kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai indikator pendukung alam membuat keputusan dalam membeli sebuah produk agar terciptanya rasa kepuasan setelah mendapatkan produk yang ingin dimiliki. Label halal disini sebagai perantara dan sudah diakui oleh seluruh masyarakat karena adanya sertifikasi label halal Label merupakan beberapa keterangan yang terdapat di dalam kemasan suatu produk. Label yang dikeluarkan oleh MUI. Sehingga konsumen tidak ragu karena ada lembaga yang menjaminnya. Yang mana secara umum label minimal terdapat beberapa informasi di dalamnya seperti nama atau merek produk, bahan yang digunakan (bahan baku), bahan tambahan komposisi, informasi gizi yang terkandung, tanggal kadaluarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Halal berarti diizinkan atau

diperbolehkan Allah swt. Nilai agama juga berpengaruh pada niat dari konsumen untuk mengkonsumsi makanan atau minuman yang halal. Untuk produk dijamin halal, produsen harus memiliki sertifikasi halal. Selain berguna bagi konsumen, halal sertifikasi juga bermanfaat bagi produsen, seperti lebih mudah dalam mendapatkan pangsa pasar. (Harahap, 2020)

Penelitian yang dilakukan oleh (Nisa, 2021) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap kepuasan konsumen. Kualitas Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2 : Label halal berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

3. Pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dan atribut yang bernilai lain.

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk halal dengan tulisan arab pada kemasan. Label halal sangat diperlukan dalam membangun rasa kepuasan konsumen saat pemilihan suatu produk. Karena dalam label halal didalamnya tidak mengandung unsur keharamannya. Karena yang menjadi produk pangan halal menurut syariat Islam adalah halal dzatnya, halal dalam memperolehnya, halal dalam pengangkutannya, dan halal dalam penyimpanannya, halal dalam penyajiannya. Adapun fungsi label halal yaitu sebagai penjamin bahwa produk yang dihasilkan Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga secara substansi tidak mengandung hal-hal yang sekiranya diharamkan agama dan juga memberikan kepastian dan perlindungan hukum terhadap konsumen.

Kualitas produk dan label halal sangat berkaitan erat hubungannya dengan kepuasan konsumen. Karena tanpa indikator kualitas produk dan

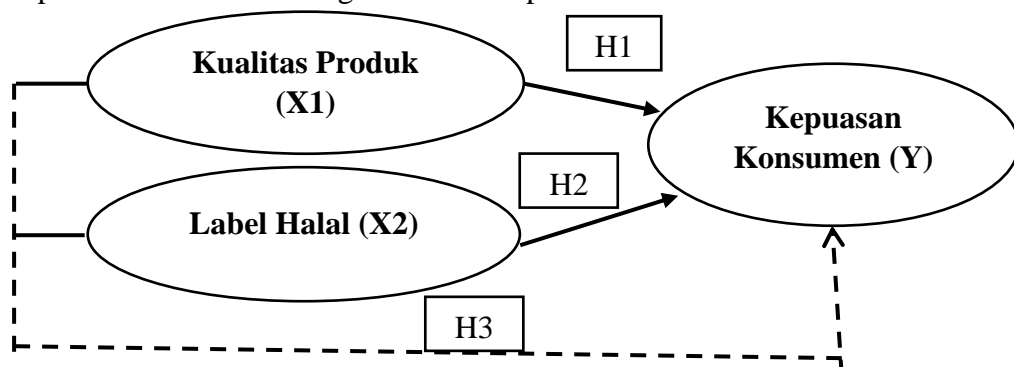
label halal maka kepuasan konsumen tidak akan muncul sendirinya. Karena kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan. Kepuasan konsumen adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan konsumen memastikan bahwa pasar sasaran mereka tahu juga tentang hal itu.

Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan dilakukan oleh (Romdhoni, Prastiwi, & Suyanto, 2021) Hasil Penelitian tersebut menjelaskan variabel labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Maulida, Widodo, & Zulianto, 2019) menunjukkan pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen ayam goreng nelogso Jember. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Nisa, 2021) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap kepuasn konsumen. Kualitas Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3 : Pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap kepuasan konsumen pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

E. Kerangka Penelitian

Kerangka Penelitian adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2017). Variabel yang diteliti yakni Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Label Halal sebagai variabel independen serta Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen.



Keterangan :

—————→ = Parsial
- - - - - = Simulttan

F. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2017). Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga
2. H2 : Label Halal berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.
3. H3 : Kualitas produk dan label halal berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan label halal terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode dengan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Purbalingga. Penelitian menggunakan metode pengisian kuisioner pada konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga di kota Purbalingga. Dilakukan mulai dari bulan Juni 2022 sampai dengan selesai pada bulan Februari 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut. Metode penentuan sampel yang di gunakan adalah *non-probability sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* di mana penentuan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. (Sugiyono, 2017). Adapun yang menjadi kriteria dalam pemilihan sampel yaitu :

- 1) Pernah mengunjungi Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga
- 2) Pernah membeli atau mengkonsumsi produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.
- 3) Rentan umur responden 17-60 tahun.

Alasan memilih kriteria tersebut adalah agar tidak terjadi kesalahan dalam penelitian. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti, maka perhitungan menggunakan rumus Lemeshow . Rumus sebagai berikut ini :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevealensi outcome, karena data belum didapat, maka pakai 50%

Q = 1-P

L = Tingkat ketelitian 100%

Berdasarkan rumus di atas, maka $n = \frac{(1,96^2) \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2}$
 $= 96,04$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, banyaknya sampel yang akan diteliti sebanyak 96,04 responden. Agar penelitian ini mendapat hasil yang baik, maka sampel yang diambil dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti dijadikan menjadi objek untuk di pelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian ditarik kesimpulan. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan adanya variabel dependen atau variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel independen (variabel bebas) yaitu kualitas produk (x1) dan label halal (x2).

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). (Sugiyono, 2013) Variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian adalah bagian dari variabel yang dapat diukur. Indikator ini berupa pertanyaan dalam kuisisioner.

Tabel 3.1

Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kualitas Produk (Lupiyoadi, 2001)	a. <i>Performance</i> (Kinerja) b. <i>Durability</i> (Daya Tahan)

	<ul style="list-style-type: none"> c. <i>Conformance</i> (Kesesuaian) d. <i>Features</i> (Fitur) e. <i>Reability</i> (Reabilitas) f. <i>Serviceability</i> g. <i>Aesthetics</i> (Estetik) h. <i>Fit and Finish</i>
Label Halal (BPOM, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. Gambar b. Tulisan c. Kombinasi gambar dan tulisan, d. Menempel pada kemasan
Kepuasan Konsumen (Tjiptono & Diana, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepuasan Konsumen Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>) b. Kesesuaian Harapan (<i>Confirmation of Expectations</i>) c. Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intent</i>) d. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (<i>Willingness to Recommend</i>)

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga yang ada di kota Purbalingga. Sedangkan objek penelitian ini adalah kualitas produk, label halal dan kepuasan konsumen.

2. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung pada saat melakukan penelitian yang diperoleh melalui wawancara, pengamatan, serta dapat melalui kuisisioner. Data primer pada penelitian ini diambil langsung dengan cara menyebarkan kuisisioner dalam bentuk *google form* dan dalam bentuk tercetak.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak secara langsung yaitu melalui sumber-sumber lain seperti buku dan dokumentasi lainnya. Data sekunder pada penelitian ini adalah buku-buku atau penelitian lain yang masih berkaitan dengan penelitian ini, serta data yang diperoleh melalui internet.

F. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuisisioner atau Angket

Kuisisioner atau angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner atau angket dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Kuisisioner atau angket pada penelitian ini disebarkan secara *online* dan *offline* dengan beberapa pertanyaan yang mengacu kepada kualitas produk, label halal dan kepuasan konsumen terhadap produk Inlander Kopi. Kuisisioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang terhadap peristiwa sosial. (Sugiyono, 2018)

Penggunaan skala likert memudahkan peneliti untuk menghitung skor pada setiap jawaban yang diberikan kepada responden dengan lima kemungkinan jawaban dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert

Preferensi	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data, apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. (Sugiyono, 2017)

Wawancara yang digunakan oleh penulis adalah wawancara terstruktur. Peneliti menggunakan wawancara terstruktur untuk memperoleh data yang berkaitan dengan profil Inlander Kopi, yang mencakup sejarah singkat berdirinya Inlander Kopi, pencapaian, informasi terkait produk apa saja yang dimiliki Inlander Kopi. Wawancara tersebut dilakukan peneliti dengan pemilik Inlander Kopi Kecamatan Kemangkong Kabupaten Purbalingga.

3) Dokumentasi

Teknik yang dimaksud dokumentasi yaitu mencari informasi dan data berupa catatan, buku, majalah, transkrip, surat kabar, notulen, agenda, dan lain sebagainya. Metode dokumentasi dalam penelitian dipergunakan untuk memperoleh data-data berupa catatan, laporan penjualan, foto *event* kopi yang diikuti oleh Inlander Kopi, dan data lainnya yang menunjang kelengkapan data penelitian.

4) Studi Literatur

Studi literatur adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data-data sekunder, dengan memanfaatkan informasi yang berasal dari literatur, buku-buku, ataupun sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

G. Analisis Data Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur apakah kuisioner dalam penelitian ini valid atau tidak. Dikatakan

valid jika kuisioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang telah diukur oleh kuisioner tersebut. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan uji korelasi Pearson menggunakan SPSS. Syarat dalam uji validitas yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017) dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Apabila koefisien korelasi $r \geq 0,05$ maka *item* dinyatakan valid.
- 2) Apabila koefisien korelasi $r < 0,05$ maka *item* dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu alat ukur, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Meskipun penelitian dilakukan berulang-ulang untuk mengukur konsisten, maka alat ukur tersebut dikatakan reliable. (Sugiyono, 2017).

Dasar keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ maka kuisioner atau instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,60$ maka kuisioner atau instrumen dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan eksperimen yang digunakan untuk mengevaluasi distribusi data dalam kumpulan data. Tujuannya untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan analisis statistik yaitu *non-parametric kolmogrov-smirnov* (K-S) untuk menguatkan hasil uji normalitas sebelumnya menggunakan analisis grafik. Data yang diuji adalah residual. (Suliyanto, 2011). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.

- 2) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel bebas (independen) pada model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (dependen) (Suliyanto, 2011). Metode yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala Multikolinearitas dalam penelitian ini adalah asumsi dari VIF dan tolerance dapat dinyatakan sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai VIF > 10 , dan *tolerance* $< 0,1$ maka dapat dinyatakan ada multikolienaritas.
- 2) Apabila nilai VIF < 10 , dan *torelance* $0,1$ maka dinyatakan tidak ada multikolienaritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Suliyanto, 2011), Uji heterokedastisitas artinya model regresi yang tidak sama (konstan) pada varian variabel. Sebaliknya, jika model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) pada varian variabel disebut dengan homokedastisitas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk uji heterokedastisitas digunakan adalah Uji Glejser. Jika tidak ada perbedaan model regresi berarti nilai signifikan (Sig) tidak mewakili hubungan yang signifikan antara semua variabel bebas dengan nilai residual absolut. Ketentuan pengambilan keputusan dalam Uji Glejser yaitu sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai signifikan (Sig) $> 0,05$ artinya model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan (Sig) $< 0,05$ artinya terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi (Suliyanto, 2011).

d. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi dianggap baik apabila terbebas dari autokorelasi. Atau tidak dapat menggunakan metode atau uji *Durbin Watson (DW test)*. (Suliyanto, 2011) kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $DU < DW < 4-DU$ berarti tidak terjadi autokorelasi.
- 2) Jika nilai $DL < DW$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan.
- 3) Jika nilai $DW < DL$, artinya terdapat autokorelasi positif.
- 4) $DW > (4-DL)$, artinya terdapat autokorelasi negatif.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Di mana variabel independen yang diujikan adalah kualitas produk (X1) dan label halal (X2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan skor yang akan diperoleh dari kuisioner dengan analisis statistik. Sehingga didapatkan hasil apakah hipotesis diterima atau di tolak (berpengaruh atau tidak) Berikut persamaan dari regresi linier berganda yang digunakan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen (Variabel Dependen)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi untuk X₁

b₂ = Koefisien regresi untuk X₂

X₁ = Kualitas Produk (Variabel Independen)

X₂ = Label Halal (Variabel Independen)

ε = Standar Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui secara parsial seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas produk (X1) dan variabel label halal (X2) berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). (Suliyanto, 2011). Adapun dasar pengujian kepuasan adalah sebagai berikut :

1) Berdasarkan nilai signifikansi (*Sig*) :

a) Jika nilai signifikansi (*Sig*). $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen kualitas produk (X1) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Dengan begitu H_a diterima.

b) Jika nilai signifikansi (*Sig*). $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen label halal (X2) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Dengan begitu H_a ditolak.

2) Berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} :

a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen kualitas produk (X1) terhadap variabel dependen label halal (Y). Dengan begitu H_a diterima.

b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen label halal (X2) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Dengan begitu H_a ditolak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F yaitu uji koefisien regresi secara bersamaan dilakukan untuk menguji apakah adanya pengaruh variabel independen kualitas produk dan label halal (X) dan variabel dependen kepuasan konsumen (Y) secara bersama-

sama/simultan. (Suliyanto, 2011). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut :

1) Berdasarkan nilai signifikansi (*Sig*) :

a) Jika nilai signifikansi (*Sig*). $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen kualitas produk dan label halal (X) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) secara simultan. Dengan begitu H_a diterima.

b) Jika nilai signifikansi (*Sig*). $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen kualitas produk dan label halal (X) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) secara simultan. Dengan begitu H_a ditolak.

2) Berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} :

a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen kualitas produk dan label halal (X) terhadap variabel dependen krpuasan konsumen (Y) secara simultan. Dengan begitu H_a diterima.

b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen kualitas produk dan label halal (X) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) secara simultan. Dengan begitu H_a ditolak.

c. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Adjusted R Square adalah koefisien determinasi mempunyai tujuan agar dapat mengukur seberapa jauh variabel independen mengangkat variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati angka 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Apabila analisis regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R^2 . Namun apabila regresi yang digunakan adalah regresi berganda, maka menggunakan *Adjusted R Square*. Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat kepuasan konsumen (Y) dapat diterangkan oleh variabel bebas kualitas produk dan label halal (X). (Suliyanto, 2011).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Inlander Kopi pada awalnya merupakan sebuah kedai atau warung kopi yang ada di Kabupaten Purbalingga, Inlander berdiri pada pertengahan tahun 2016 dan beralamat di Griya UMKM Kabupaten Purbalingga. Tepatnya di Jalan Karangpoh Kulon, Kalikabong Kecamatan Kalimanah, Kabupaten Purbalingga. Inlander Kopi yang menawarkan berbagai jenis minuman olahan kopi, dengan harga yang relatif murah namun memiliki cita rasa yang khas, bisa menikmati kopi yang diseduh di kedai maupun *take away*. Inlander Kopi mengutamakan kualitas produk terhadap para penikmatnya, yang mereka beri nama dengan sebutan Sahabat Lander's.

Kemudian pada tahun 2017 Inlander Kopi memulai memproduksi produk dalam bentuk kemasan yang di produksi di Omah Ngopi Inlander yang beralamat di Jl. Raya Karangtengah, Kradegan, Kecamatan Kemangkon, Kabupaten Purbalingga. Hal itu karena permintaan ldari konsumen agar menciptakan produk di dalam kemasan untuk memudahkan konsumen agar bisa mengkonsumsi kopi dari Inlander Kopi tanpa harus ke kedai. Inlander kopi menawarkan beberapa jenis produk kemasan yang sudah berlabel halal diantaranya Kopi Robusta dan Kopi Arabika. Untuk kopi Robusta sendiri diperoleh dari daerah-daerah yang ada di Kabupaten Purbalingga yaitu Kopi Robusta Jingsang, Kopi Robusta Danasari, Kopi Robusta Gondang, Kopi Robusta Cendana, Kopi Robusta Kramat, dan Kopi Robusta *Blend* (Campuran dari seluruh kopi Robusta yang ada di daerah kabupaten Purbalingga). Dan untuk Kopi Arabika dari daerah Purbalingga yaitu kopi Arabika Gunung Malang dan kopi Arabika Gunung Kelir. Inlander Kopi juga memperhatikan serta menerapkan standar operasional di dalam proses produksinya agar dapat menjaga dan mempertahankan

kualitas produknya. Meliputi bahan baku, waktu proses pengolahannya, mesin maupun peralatan yang digunakan didalam proses produksinya. Untuk waktu pengolahannya juga sangat diperhatikan karena hal itu sangat berpengaruh terhadap kualitas produk dan cita rasa yang dihasilkan.

Untuk promosi dan pemasarannya menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Selain itu untuk promosi secara *offline* juga tetap berjalan. Pemasarannya di distribusikan di beberapa outlet di Purbalingga, seperti gerai Alfamart dan Indomart di kabupaten purbalingga. Selain itu juga di beberapa toko oleh-oleh dan di Tuka-Tuku produk UMKM Purbalingga.

Gambar 4.1

Produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkun Purbalingga

B. Deskripsi Karakteristik Responden



Dalam penelitian ini yang menjadi karakteristik responden dalam penelitian meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan intensitas pembelian yang di dapat

oleh peneliti berdasarkan data dari pengisian kuisioner yang sudah dibagikan kepada 100 responden yang pernah membeli atau mengkonsumsi produk Inlander Kopi sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data hasil penelitian 100 responden yang telah mengisi kuisioner, dapat di amati mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin antara lain :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	55	55%
2.	Perempuan	45	45%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan hasil perolehan data pada tabel di atas jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 orang responden atau sebesar (100%) diketahui bahwa responden berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55 orang responden atau sebesar (55%) dan untuk responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang responden atau sebesar (45%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga adalah berjenis kelamin laki-laki dengan memperoleh presentase 55%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut merupakan tabel yang menjelaskan responden berdasarkan usia dari hasil kuisioner sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	17-35 Tahun	70	70%
2.	35-60 Tahun	30	30%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022.

Tabel (4.2) di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan usia, dapat dilihat responden yang berusia 17-35 tahun berjumlah 70 orang atau sebesar (70%) dan usia 35-60 tahun berjumlah 30 orang atau sebesar (30%). Maka dapat disimpulkan bahwa usia responden antara paling banyak membeli atau mengkonsumsi produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga adalah berusia 17-35 tahun sebanyak 70 orang responden dengan memperoleh presentase 70%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut merupakan tabel yang menjelaskan responden berdasarkan Pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Pelajar	3	3%
2.	Mahasiswa	14	14%
3.	Wiraswasta	18	18%
4.	Karyawan Swasta	38	38%
5.	PNS	9	9%
6.	Yang lain	18	18%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel (4.3) di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden yakni pelajar sejumlah 3 orang atau sebesar (3%), Mahasiswa sejumlah 14 orang atau sebesar (14%), wiraswasta sejumlah 18 orang atau sebesar (18%), karyawan swasta sejumlah sebesar (38%), PNS sejumlah 9 orang atau sebesar (9%), dan yang lain sejumlah 18 orang atau sebesar (18%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan paling banyak membeli atau mengkonsumsi produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga adalah karyawan swasta berjumlah 38 orang dengan memperoleh presentase 38%.

4. Karakteristik berdasarkan Intensitas Pembelian

Berikut merupakan tabel yang menjelaskan responden berdasarkan Intensitas pembelian sebagai berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian

No.	Intensitas Pembelian	Jumlah	Presentase
1.	1-2 kali	41	41%
2.	>2 kali	59	59%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan hasil perolehan data pada tabel (4.4) diatas diketahui bahwa responden berdasarkan intensitas pembelian sebesar 100 orang responden. Responden yang melakukan pembelian 1-2 kali sebesar (41%) orang responden dan >2 kali sebesar (59%) orang responden. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dari intensitas pembeliannya paling banyak produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga adalah >2kali dengan memperoleh presentase (59%).

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur apakah kuisisioner dalam penelitian ini valid atau tidak. Dikatakan valid jika kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang telah diukur oleh kuesioner tersebut. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan uji korelasi Pearson menggunakan SPSS. Syarat dalam uji validitas yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017). Uji validitas instrumen menggunakan perhitungan rumus *pearson product moment*.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
X1.1	0,698	0,196	Valid
X1.2	0,555	0,196	Valid
X1.3	0,668	0,196	Valid
X1.4	0,653	0,196	Valid
X1.5	0,726	0,196	Valid
X1.6	0,744	0,196	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS 22, 2022.

Berdasarkan tabel 4.5 Hasil perhitungan uji validitas pada variabel kualitas produk (X1) yang merupakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Masing-masing indikator atau pertanyaan tersebut memiliki nilai r-hitung $>$ r-tabel terpenuhi ketika tingkat signifikansi dari variabel kualitas produk (X1) valid. Uji validitas kurang dari 5% (atau 0,05), dan bila jumlah responden yang digunakan

dalam uji (100) lebih dari 0,25 dapat digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X2)

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
X2.1	0,435	0,196	Valid
X2.2	0,358	0,196	Valid
X2.3	0,680	0,196	Valid
X2.4	0,609	0,196	Valid
X2.5	0,720	0,196	Valid
X2.6	0,753	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah SPSS 22, 2022.

Semua instrumen variabel label halal (X2) adalah valid, seperti terlihat pada tabel di atas, yang merupakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r-hitung > r-tabel terpenuhi ketika tingkat signifikansi dari variabel label halal (X2) valid. Uji validitas kurang dari 5% (atau 0,05), dan bila jumlah responden yang digunakan dalam uji (100) lebih dari 0,25. Dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk penelitian.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Y1	0,711	0,196	Valid

Y2	0,777	0,196	Valid
Y3	0,671	0,196	Valid
Y4	0,711	0,196	Valid
Y5	0,777	0,196	Valid
Y6	0,462	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022.

Semua instrumen variabel kepuasan konsumen (Y) adalah valid, seperti terlihat pada tabel di atas, yang merupakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Masing-masing item pertanyaan kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai R hitung > R tabel terpenuhi. ketika tingkat signifikansi dari variabel kepuasan konsumen (Y) valid. Uji validitas kurang dari 5% (atau 0,05), dan bila jumlah responden yang digunakan dalam uji (100) lebih dari 0,25. Dapat digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian.

Oleh karena itu, instrumen penelitian semua reliabel dan valid. Agar alat-alat tersebut dapat dimasukkan ke dalam prosedur pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu alat ukur, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Meskipun penelitian dilakukan berulang-ulang untuk mengukur konsisten, maka alat ukur tersebut dikatakan reliabel. (Sugiyono, 2017)

Koefisien *Cronbach's Alpha* dan SPSS 22 digunakan untuk melakukan analisis reliabilitas ini. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas tercantum di bawah ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,769	$\geq 0,60$	Reliabel
Label Halal (X2)	0,737	$\geq 0,60$	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,765	$\geq 0,60$	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari perhitungan masing-masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, label halal, dan kepuasan konsumen dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan untuk penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan eksperimen yang digunakan untuk mengevaluasi distribusi data dalam kumpulan data. Tujuannya untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov (K-S) ketentuannya jika residual memiliki distribusi normal dengan nilai sig $> 0,05$ (Suliyanto, 2011).

Pengujian ini dapat dilakukan dengan analisis statistik non-parametric Kolmogrov-Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 maka

data berdistribusi normal dan ada hubungan. Analisis statistik data kuisioner ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.68993976
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.051
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.863
Asymp. Sig. (2-tailed)		.445

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil pengolahan data primer dari SPSS 22, 2022.

Uji normalitas Kolmogorov-Sminrov yang ditunjukkan pada tabel (4.9) di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai *ArsympSig* (2-tailed) sebesar 0,445 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi yang dihasilkan memiliki korelasi yang tinggi antarvariabel bebas (independen) atau tidak. Jika model regresi yang dihasilkan menunjukkan terdapat korelasi antara variabel bebas, maka model regresi yang dihasilkan dinyatakan mengandung gejala multikolinier. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (dependen). (Suliyanto, 2011)

- a) Apabila nilai VIF > 10, dan tolerance < 0,1 maka dinyatakan model ada multikolinieritas.
- b) Apabila nilai VIF < 10, dan tolerance > 0,1 maka dinyatakan model tidak ada multikolinieritas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.913	3.187		1.855	.067		
	Kualitas Produk	.450	.108	.382	4.155	.000	.986	1.014
	Label Halal	.267	.095	.260	2.829	.006	.986	1.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil pengolahan data primer dari SPSS 22, 2022.

Seperti dapat dilihat pada tabel 4.10, baik variabel Kualitas Produk (X1) maupun variabel Label Halal (X2) memiliki nilai VIF kurang dari 10, sehingga menghasilkan produk 1.014. Sementara itu, kita tahu bahwa TOL (*Tolerance*) untuk setiap variabel lebih dari 0,10 atau 0,986. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) <10 dan *Tolerance* >10, maka dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak menjadi masalah dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Suliyanto, 2011), Uji heteroskedastisitas artinya model regresi yang tidak sama (konstan) pada varian variabel. Sebaliknya, jika model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) pada varian variabel disebut dengan homokedastisitas.

Dalam penelitian ini menggunakan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Glejser yaitu:

- 1) Apabila taraf signifikansi (Sig) > 0,05 artinya model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas.
- 2) Apabila taraf signifikan (Sig) < 0,05 artinya model regresi terjadi gejala heterokedastisitas. (Suliyanto, 2011).

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.879	2.130		.882	.380
	Label Halal	-.063	.063	-.101	-1.002	.319
	Kualitas Produk	.087	.072	.121	1.198	.234

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil pengolahan data primer dari SPSS 22, 2022.

Tabel 4.11 Menunjukkan bahwa nilai Sig. (*2-tailed*) untuk variabel kualitas produk dan label halal memiliki nilai $> 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada mode regresi pada penelitian ini tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokelasi

Tujuan dari uji autokorelasi, untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t-1). Pada penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson* yang diperoleh hasil berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.436 ^a	.190	.174	3.728	1.776

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 22, 2022

$$n = 100 \quad d = 1,776 \quad dL = 1,634 \quad dU = 1,715$$

$$4-dL = 4 - 1,634 = 2,366$$

$$4-dU = 4 - 1,715 = 2,285$$

$$\text{Hasil} = dU < d < 4-dU = 1,715 < 1,776 < 2,285$$

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi menggunakan uji *Dubin-Waston* (DW) dapat diketahui nilai DW adalah sebesar 1.776 pada tingkat signifikansi 0,05 dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100 dan variabel independen (k) adalah 2. Didalam pengujian tersebut didapatkan nilai $dL = 1,634$ dan $dU = 1,715$ kemudian nilai $4-dU = 2,285$. Berdasarkan data yang ada tersebut, nilai DW berada diantara nilai dU sampai dengan $4-dU$ ($1,715 < 1,776 < 2,285$), maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan hubungan dan seberapa pengaruh variabel independen kualitas produk (X_1) dan label halal (X_2) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Berikut hasil akhir dari uji regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 22.

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X_1 = Variabel Kualitas Produk

X_2 = Variabel Label Halal

B_1 = Koefisien regresi variabel X_1

B_2 = Koefisien regresi variabel X_2

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.913	3.187		1.855	.067
	Kualitas Produk	.450	.108	.382	4.155	.000
	Label Halal	.267	.095	.260	2.829	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dari SPSS 22, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,913 + 0,540X_1 + 0,267X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas memiliki arti yaitu sebagai berikut :

a) $a = 5,913$

Nilai koefisien konstan yang diperoleh dari penelitian adalah 5,913 yang berarti jika nilai variabel kualitas produk dan label halal dianggap tetap atau konstan, maka nilai kepuasan konsumen pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga sama dengan nilai konstan yaitu sebesar 5,913.

b) $b_1 = 0,540$

Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,540 dan bernilai positif. Hal ini berarti setiap peningkatan sebesar satu satuan variabel kualitas produk (X_1) maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,540 dengan asumsi variabel label halal (X_2) tetap atau konstan.

c) $b_2 = 0,267$

Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,267 dan bernilai positif. Hal ini berarti setiap peningkatan sebesar satu satuan

variabel label halal (X2) maka akan mengingatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,267 dengan asumsi variabel kualitas produk (X1) tetap atau konstan.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji T bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas produk (X1) dan variabel label halal (X2) terhadap variabel kepuasasn konsuemen (Y) (Suliyanto, 2011). Dasar pengambilan keputusan pengujian sebagai berikut :

1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima. Hal ini menunjukan variabel bebas (X) secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y).
2. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak. Hal ini menunjukan variabel bebas (X) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y).

$$\begin{aligned}
 T_{tabel} &= (\alpha/2; n-k-1) \\
 &= (0,05/2; 100-2-1) \\
 &= 0,025; 97 \\
 &= 1,984
 \end{aligned}$$

Keterangan :

n : Jumlah Responden

k : Jumlah variabel independen

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.913	3.187		1.855	.067
	Kualitas Produk	.450	.108	.382	4.155	.000
	Label Halal	.267	.095	.260	2.829	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dari SPSS 22, 2022

Untuk hipotesis pertama diketahui pada tabel 4.14 hasil uji T diatas, maka nilai-nilai variabel adalah sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil perhitungan didapat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,155 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka berdasarkan ketentuan pengambilan keputusan hipotesis dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.
- b) Berdasarkan hasil perhitungan didapat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,829 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,006 < 0,05$. Maka berdasarkan ketentuan pengambilan keputusan hipotesis dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa label halal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan. (Suliyanto, 2011). Untuk menguji pengaruh bersama-sama atau simultan dari faktor independen terhadap variabel dependen, peneliti menggunakan uji F. Uji F memerlukan hal-hal sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_a dapat diterima. Artinya variabel kualitas produk (X1) dan label halal (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) secara simultan atau bersama-sama.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_a
- 3) ditolak. Artinya variabel kualitas produk (X1) dan label halal (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

$$df 1 = k-1 = 3-1 = 2$$

$$df 2 = n-k = 100-2 = 98$$

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.040	2	158.520	11.407	.000 ^b
	Residual	1347.950	97	13.896		
	Total	1664.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dari SPSS 22, 2022

Tabel 4.15 Menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $11,407 > 2,70$ dan nilai probabiliti signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima**, yang artinya hubungan antara kedua variabel tersebut ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan label halal (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati angka 1 berarti variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 ^a	.190	.174	3.72779

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dari SPSS 22, 2022.

Dari hasil diatas padatabel 4.16 diperoleh nilai *adjusted R Square* sebesar 0,174 atau 17,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan label halal dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 17,4%. Sedangkan sisanya sbesar 82,6% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, maka penjelasan dari pengaruh masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasanya variabel bebas atau independen Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen Kepuasan Konsumen (Y) Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,155 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar 0,540. Dari ketentuan tersebut, hipotesis dapat diterima, yang artinya varibel Kualitas Produk (X1) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Hal ini memberikan makna lain dimana semakin baik kualitas produk Inlander Kopi, maka semakin baik untuk kepuasan konsumen.

Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai hasil yang berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dimana Kualitas Produk (X1) dapat menjadi faktor atau tolak ukur responden dalam merasakan Kepuasan Konsumen. Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat para responden pada jawaban mereka tentang pemahaman variabel kualitas produk. Bahwasanya rata-rata jawaban responden sebagian besar dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu karakteristik atau ciri khas yang dimiliki produk untuk dapat memenuhi kebutuhan.

Konsumen diharapkan dan dituntut untuk mengetahui tentang kualitas produk dengan segala aspek. Berdasarkan hal ini, untuk membuat kepuasan konsumen maka seorang konsumen harus mengetahui kualitas produk, dalam artian apabila kualitas produk baik maka kepuasan konsumen dapat terjadi dan sebaliknya jika kualitas produk buruk maka kepuasan konsumen sulit untuk terjadi.

Kualitas produk termasuk cerminan dari suatu produk. Kualitas produk akan mempengaruhi keyakinan yang berasal dari pengalaman pribadi orang tersebut. Pembeli akan memperhatikan kualitas produk dengan baik, seperti halnya berhubungan dengan probabilitas suatu barang dalam menjalankan fungsinya, berdasarkan tingkat kesesuaian atau spesifikasi suatu produk yang telah ditetapkan standar didalam proses produksinya dan berhubungan dengan refleksi umur ekonomi sebagai daya tahan suatu produk sebelum mengalami penurunan kualitas (Gitosudarmo, 1997).

Kualitas produk menurut Philip Kotler dan Amstrong adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen. Mengingat kualitas produk berkaitan dengan masalah kepuasan konsumen. Sedangkan, kepuasan konsumen merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan produsen (Kotler, 2011).

Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lama dan dapat dipercayanya produk tersebut. Dari segi pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakan berawal dari satu diantara empat kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas sedang, kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik (Tjiptono, 2010).

Sementara menurut Kotler dan Keller (2009, hal.138) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.”

Hal ini menandakan bahwa pandangan subjektif seseorang mempengaruhi perilaku orang tersebut. Sama halnya dengan kualitas produk Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Jika konsumen menganggap bahwa kualitas produk yang bagus maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Menurut pandangan Islam, kualitas produk harus dibangun dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam hal ini berkaitan dengan sikap jujur atau tidak melakukan penipuan. Sebagai contoh Inlander Kopi memiliki produk dengan kualitas yang baik. Dari hasil penelitian responden mengungkapkan bahwa produk yang dihasilkan yang di jual Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga telah menerapkan aspek kejujuran untuk membangun citra yang baik sehingga mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Maulida, Widodo, & Zulianto, 2019) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dan pada hasil penelitian (Rohmah & dkk, 2021) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Purbalingga

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasanya variabel bebas atau independen Label Halal (X2) berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen Kepuasan Konsumen (Y) Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,829 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,006 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar 0,267. Dari ketentuan tersebut, hipotesis dapat diterima, yang artinya variabel label halal (X2) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Artinya jika produk Inlander Kopi sudah berlabel halal dapat menambah keyakinan konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. Hal ini memberikan makna lain dimana adanya label halal pada produk Inlander Kopi. Dengan demikian konsumen Inlander kopi merasa lebih yakin dan nyaman, maka semakin baik untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya variabel Label Halal (X2) mempunyai hasil yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dimana Label Halal (X2) dapat menjadi faktor atau tolak ukur responden dalam kepuasan konsumen. Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat para responden pada jawaban mereka tentang pemahaman dari variabel penelitian label halal. Bahwasanya rata-rata jawaban responden sebagian besar dapat disimpulkan bahwa label halal merupakan bagian dari kemasan produk atau logo yang bertuliskan halal pada suatu produk. Sehingga responden dalam hal ini paham akan label halal untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Adanya label halal dalam produk dapat memberikan nilai positif dan peluang yang besar terhadap konsumen pada keputusan pembelian, maka dari itu akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang akan dirasakan konsumen terhadap suatu produk tersebut dengan adanya jaminan produk halal. Dengan

demikian, Label Halal dapat menjadi salah satu faktor penentu kepuasan konsumen Inlander kopi kecamatan Kemangkon kabupaten Purbalingga.

Label merupakan beberapa keterangan yang terdapat di dalam kemasan suatu produk. Yang mana secara umum label minimal terdapat beberapa informasi di dalamnya seperti nama atau merek produk, bahan yang digunakan (bahan baku), bahan tambahan komposisi, informasi gizi yang terkandung, tanggal kadaluarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Halal berarti diizinkan atau diperbolehkan Allah swt. Nilai agama juga berpengaruh pada niat dari konsumen untuk mengkonsumsi makanan atau minuman yang halal. Untuk produk dijamin halal, produsen harus memiliki sertifikasi halal. Selain berguna bagi konsumen, halal sertifikasi juga bermanfaat bagi produsen, seperti lebih mudah dalam mendapatkan pangsa pasar. (Harahap, 2020)

Label halal yang dicantumkan dalam kemasan produk akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan peneliti di produsen kopi Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga yang bergerak di bidang minuman yang menerapkan komitmen tinggi dimana kualitas merupakan hal yang paling utama. Inlander kopi tersebut menghasilkan produk yang diproses sesuai standar label halal. Keuntungan yang dirasakan adalah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aspek penjualan. Adanya label halal menyebabkan kepuasan konsumen dan penjualan meningkat. Label halal merupakan bukti keyakinan oleh suatu produk layak dipercaya sebagai produk halal (Hasan, 2014).

Label halal adalah bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada didalam penjual dan produk itu sendiri. Label halal sangatlah penting dalam usaha kuliner seperti dikalangan produsen makanan yang terkhusus pada konsumen muslim. Label halal dalam benak konsumen sering menjadi permasalahan dalam produksi makanan siap saji, label halal juga merupakan elemen yang sangat penting yang patut di perhatikan seksama bertujuan untuk menarik para konsumen.

Dengan demikian label atau merek pada barang atau kemasan yang menempel pada identitas dari suatu produk kemasan untuk memberikan informasi kepada konsumen (Nisa, 2021).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Nisa, 2021) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap kepuasan konsumen. Kualitas Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasanya variabel bebas atau independen Kualitas Produk (X1) dan Label Halal (X2) berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen Kepuasan Konsumen (Y) Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $11,407 > 2,70$ dan nilai probabiliti signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima**, yang artinya hubungan antara kedua variabel tersebut ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan label halal (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan label halal terhadap kepuasan konsumen haruslah baik dan menarik karena akan menunjang kepuasan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat para responden pada jawaban mereka tentang pemahaman dari variabel penelitian kualitas produk bahwasanya rata-rata jawaban responden sebagian besar dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu pemahaman yang dimiliki oleh seseorang tentang karakteristik atau keunggulan produk dari suatu barang yang akan kita konsumsi. Sehingga responden dalam hal ini paham akan kualitas produk dan mempunyai jiwa kesadaran halal untuk

merasakan kepuasan dari kualitas produk tersebut. Sedangkan pendapat para responden pada jawaban essay mereka tentang pemahaman dari variabel penelitian label halal bahwasanya rata-rata jawaban responden sebagian besar dapat disimpulkan bahwa label halal merupakan bagian dari kemasan produk atau logo yang bertuliskan halal pada suatu produk. Sehingga responden dalam hal ini paham akan label halal untuk mendapatkan keamanan berupa jaminan bahwa produk tersebut bebas atau terhindar dari bahan yang ada unsur haram di dalamnya.. Sehingga semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang akan label halal, maka akan semakin tinggi pula pengaruh seseorang tersebut dalam merasakan kepuasan konsumen produk yang akan dikonsumsi dan juga yang terjamin kehalalannya dan adanya label halal dalam produk dapat memberikan nilai positif dan peluang yang besar terhadap konsumen pada kepuasan, maka dari itu akan semakin tinggi pula kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Label Halal secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Dimana variabel Kualitas produk dan Label Halal dapat menjadi faktor atau tolak ukur responden dalam merasakan kepuasan.

Didalam memuaskan kepuasan konsumen yang harus diperhatikan adalah dengan menanyakan kepada pelanggan secara langsung seberapa puas konsumen terhadap barang atau jasa, kesesuaian harapan konsumen karena semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja, semakin besar ketidakpuasan konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Para pelanggan yang tidak puas akan berperilaku sebaliknya (Kotler & Armstrong, 2008).

Kualitas produk (product quality) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Menurut Kotler dan

Amstrong kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan (Kotler & Armstrong, 2008).

Menurut Philip Kotler kepuasan konsumen akan dijadikan perbandingan persepsi (kinerja atau hasil) yang telah dirasakan dibandingkan relatif pada harapannya. Konsumen akan mengalami salah satu tingkat dari tiga tingkatan kepuasan secara keseluruhan dengan kata lain konsumen akan kecewa jika kinerja jauh dari harapan, dan sebaliknya konsumen akan merasa puas, ketika kinerja jauh dari yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas serangkaian kegiatan fisik, berkaitan dengan produk atau layanan (Kotler & Keller, 2008).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu unsur penilaian terhadap penilaian pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh pelanggan bisa mengalami tingkat kepuasan dan harapan pelanggan yang merasa puas dalam memilih produk. Kepuasan konsumen merupakan sebuah fungsi tingkat relatif dari apa yang diharapkan dan kenyataan apa yang diterima oleh konsumen. (Pricilia, 2018)

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya (Romdhoni, Prastiwi, & Suyanto, 2021) yang menjelaskan variabel labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pemaparan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Berdasarkan hasil perhitungan didapat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,155 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar 0,540. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis pertama dapat diterima, yang artinya variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.
2. Berdasarkan hasil perhitungan didapat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,829 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,006 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi sebesar 0,267. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis kedua dapat diterima, yang artinya variabel label halal (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.
3. Berdasarkan hasil perhitungan yang di dapat menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $11,407 > 2,70$ dan nilai probabiliti signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima**, yang artinya hubungan antara kedua variabel tersebut ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan label halal (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Penggabungan kedua variabel terbukti mampu mempengaruhi kepuasan konsumen pada Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Pada penelitian ini telah menyatakan

bagaimana kepuasan konsumen mampu dipengaruhi oleh kualitas produk dan label halal sebesar 17,4 %. Sedangkan sisanya sebesar 82,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak di teliti pada penelitian ini.

B. Saran

Terdapat saran yang diharapkan merupakan hasil dari penelitian ini yakni :

1) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini mampu dijadikan untuk tambahan wawasan tentang kualitas produk, label halal, dan kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Khususnya yang memiliki ketertarikan dalam variabel-variabel yang diteliti. Selain itu penelitian ini diharapkan bisa dijadikan rujukan sebagai salah satu landasan untuk pembelajaran.

2) Bagi Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Penelitian ini dijadikan sebagai acuan Inlander Kopi sebagai perusahaan yang diteliti guna tetap memperhatikan kualitas produk dan label halal sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk, Inlander Kopi tersebut disarankan untuk tetap mempertahankan kualitas produknya. Karena kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada variabel label halal, Inlander Kopi disarankan untuk mempertahankan label halal pada seluruh produknya karena bisa membuat konsumen semakin baik untuk meningkatkan kepercayaannya.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Terdapat variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga bagi peneliti selanjutnya sangat disarankan untuk menggunakan variabel lain yang sekiranya mampu memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen.

C. Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki keterbatasan. Adapun yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

- 1) Kualitas produk dan label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hanya 17,4 % sehingga masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.
- 2) Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih memiliki kekurangan dalam hal referensi dan teori yang mendukung objek penelitian ini. Oleh karena itu, masih sangat perlu dilakukan kajian atau penelitian lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- A. S. (2013). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2021). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2021). *Manajemen Pemasaran* (9 ed.). Indonesia: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA .
- Ahmad, H. (2003). *Pengantar Teologi Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Husna.
- Al-Asyhar, T. (2003). *Bahaya Makanan Haram bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani*. Jakarta: PT. Al-Mawardi Prima.
- Apriyantono, A., & Nurbowo. (2003). *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayaan.
- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah . *Skripsi UNDIP*, 2.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen (UMSU)*, 10.
- BPOM. (2019, Januari 31). *Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan*. Dipetik November 17, 2022, dari [standarpangan.pom.go.ig: https://standarpangan.pom.go.ig/dokumen/peraturan/2018/0._PerBPOM_31_Tahun_2018_Label_Pangan_Olahan_31_Jan_2019_Join.pdf](https://standarpangan.pom.go.ig/dokumen/peraturan/2018/0._PerBPOM_31_Tahun_2018_Label_Pangan_Olahan_31_Jan_2019_Join.pdf)
- Darmawan, D., & dkk. (2021). *Tanaman Perkebunan Prospektif Indonesia*. Indonesia: CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Departemen Agama, B. P. (2003). *Petunjuk Teknis Produksi Halal*. Jakarta: Depag.
- Dewi , I. K. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online.
- Erawati. (2008). *Menyingkap Produk-Produk Haram*. Yogyakarta: Wahana Cendikia.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembaelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jural Wawasan Manajemen*, 18-30.
- Gitosudarmo, I. (1984). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEE.
- , (1997). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEE.
- Hamid, A. (2012). *Buku Pintar Halal Haram Sehari-hari*. Jogjakarta: Diva Press.

- Harahap, R. S. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara). *AT-TAWASSUTH : Jurnal Ekonomi Islam*, V No.2, 357-360.
- Hasan, S. (2014). *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi Dan Implementasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Hasanah, E. (2010). Analisis Pengaruh Pilihan Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Pengguna Kosmetik Sari Ayu).
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 176-177.
- Idrus, S. A. (2019). *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Kreatif (MNC).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2002). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jateng, A. (2022, 10 20). *Antara Jateng*. Dipetik 12 11, 2022, dari [jateng.antaranews.com](https://jateng.antaranews.com/berita/468369/tuka-tuku-cara-kabupaten-purbalingga-dukung-pengembangan-start-up): <https://jateng.antaranews.com/berita/468369/tuka-tuku-cara-kabupaten-purbalingga-dukung-pengembangan-start-up>
- Jateng, y. p. (2018, 12 28). *Festival Kopi Purbalingga Digelar Dua Hari*. Dipetik July 17, 2022, dari www.jatengprov.go.id: <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/festival-kopi-purbalingga-digelar-dua-hari/>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia*. Jakarta: PT Indeks.
- , (2011). *Kualitas Produk Jilid 6*. Jakarta: Erlangga.
- , (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- , (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.), Indonesia: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, I. W., & dkk. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Coklat Cadbury Pada Mahasiswa Kampus Institut Stiami Jakarta. *Asministrasi Bisnis*, 1, 15.
- Kurniawati, L. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponorogo. *Skripsi IAIN Ponorogo*, 42-44.
- Lia. (2023, 1 3). Produk UMKM kopi di Tuka Tuku Purbalingga. (Y. Adiartanti, Pewawancara)
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek* (1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Mahsudi. (2015). *Konstruksi Hukum dan Respon Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Maulida, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 28-29.
- Nisa, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Khas Banjarwangi di PD. Ciptarasa Garut. *Digilib UIN Sunan Gunung Djati*, 1-18.
- Pradipta, H. O. (2015). Pengaruh Citra Merk Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2.
- Pram, & Wulandari, Y. (2022, 6 14). Pemilik Kedai Inlander Kopi Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga. (Y. Adiartanti, Pewawancara)
- Pricilia, I. (2018). Pengaruah Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Musllim Pada Bakso Granat Mas Azis Palembang. *Uin Raden Fatah Palembang*, 163.
- Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Honda IDK2 Medan. *Jurnal Manajemen Tool*, 30-44.
- Rohmah, S. M., & dkk. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Sayur dalam Sistem Pembelian Online di CV Kira Ermina Tulungagung". *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 236-243.
- Romdhoni, A. H., Prastiwi, I. E., & Suyanto. (2021). Pengaruh Labeliasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Syariah Hotel Solo . *Proseeding Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 480.
- Savitri, I. (2021, Maret 11). *Sejarah Hari Kopi Nasional Setiap 11 Maret, Baru Ada 2019*. Dipetik July 14, 2022, dari www.tribunmanadowiki.tribunnews.com:https://tribunmanadowiki.tribunnews.com/2021/03/11/sejarah-kopi-nasional-setiap-11-maret-baru-ada-2019
- Setiawan, A., & dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 119-120.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- , (2014). *Statistika Untuk Penelitian* . Bandung : Alfabeta.
- , (2017). *Statistika Penelitian* . Bandung: Alfabeta.
- , (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sunarsih, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Pada Konsumen Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21, 7-13.

- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Indonesia: Deepublish.
- Swastha, B. (1999). *Asas-asas Marketing* . Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- , (2010). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Banyumedia.
- , (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran & Strategi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Ulyah. (2018). Pengaruh Tanggal Kadaluwarsa Dan Label Halal Pada Kemasan Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Desa Sungai Terap Kec. Kumpeh Ulu Kab. Muaro Jambi Tahun 2018. *Repostory UIN Sulthan Thaha Saifuddin*, 18-25.
- Utami, N. A. (2020). Penerapan Arsitektur Ekologis Pada Perencanaan Argowisata Kopi Di Desa Serang, Purbalingga. *SENTONG (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur)*, 136.
- Zainal, V. R. (2017). *Islamic Marketing Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INLANDER KOPI KECAMATAN KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA

A. Identitas Responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : 17-35 Tahun 35-60 Tahun

Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa
 Wiraswasta Karyawan Swasta
 PNS Yang lain

Intensitas pembelian : 1-2 kali >2 kali

B. Pertanyaan Survei

Petunjuk pengisian

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Nilai Skor :

STS = 1
TS = 2
N = 3
S = 4

SS = 5

1. Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Kualitas produk Inlander kopi lebih baik dari pada produk kopi yang lain					
2.	Produk Inlander Kopi yang di tawarkan adalah kopi robusta dan arabika					
3.	Inlander Kopi memiliki variasi produk kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen					
4.	Produk Inlander Kopi sesuai dengan standar karena telah lulus uji BPOM					
5.	Semua produk Inlander Kopi yang di jual sesuai dengan standar sehingga membuat produk lebih higienis					
6.	Produk yang dihasilkan Inlander Kopi dapat diandalkan kualitasnya					

2. Label Halal

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya paham label halal di dalam kemasan produk Inlander Kopi					
2.	Label halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk minuman					
3.	Label halal dapat menciptakan kesadaran produk minuman yang berkualitas					

4.	Informasi komposisi dapat menciptakan kesadaran produk minuman yang berkualitas					
5.	Kesesuaian label halal pada produk Inlander Kopi resmi dari MUI					
6.	Saya percaya dengan memeriksa label nutrisi dalam kemasan produk, produk itu aman untuk di konsumsi					

3. Kepuasan Konsumen

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Menjadi konsumen setia Kedai Inlander Kopi					
2.	Dengan merasa puas terhadap produk yang diberikan Inlander Kopi, saya merekomendasikan kepada orang lain yang senang mengkonsumsi kopi					
3.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang di berikan Inlander kopi					
4.	Puas dengan cita rasa produk yang dihasilkan Inlander Kopi					
5.	Produk Inlander Kopi dijual secara <i>online</i> dan <i>offline</i> memudahkan merekomendasikan ke orang lain					
6.	Kesesuaian harga dengan produk Inlander Kopi					

Lampiran 2 : Distribusi Hasil Responden

Variabel Kualitas Produk (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	2	2	3	2	1	2	12
2	4	5	4	4	4	4	25
3	4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	3	4	4	3	22
5	4	4	4	4	4	3	23
6	4	4	4	5	5	5	27
7	3	3	3	3	3	3	18
8	5	4	3	4	4	3	23
9	3	3	2	4	3	2	17
10	3	4	3	5	3	3	21
11	4	4	4	5	5	5	27
12	4	5	4	3	3	3	22
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	4	3	4	4	4	22
15	4	3	4	3	5	4	23
16	5	5	4	5	5	3	27
17	3	4	4	2	5	4	22
18	4	5	4	5	4	3	25
19	4	4	5	4	4	4	25
20	5	5	5	5	5	4	29
21	3	4	5	5	4	4	25
22	4	5	3	2	3	3	20
23	4	5	4	4	3	4	24
24	2	4	3	3	1	1	14
25	3	4	3	3	4	3	20
26	3	3	2	4	4	3	19
27	5	3	4	5	4	4	25
28	4	4	4	4	4	4	24
29	3	3	4	3	4	3	20
30	4	4	1	3	3	2	17
31	3	4	4	4	3	4	22
32	3	4	4	4	4	4	23
33	2	4	3	2	4	2	17
34	2	4	4	3	4	3	20
35	3	4	3	4	3	4	21

36	5	5	5	5	5	5	30
37	3	4	5	3	3	3	21
38	3	5	1	5	1	2	17
39	3	4	4	4	4	3	22
40	3	4	4	5	2	4	22
41	4	4	3	2	3	3	19
42	4	3	4	3	5	4	23
43	4	4	4	3	2	3	20
44	4	4	4	4	5	4	25
45	4	4	3	3	4	2	20
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	4	3	2	3	3	18
48	4	5	3	4	4	2	22
49	5	5	5	5	5	5	30
50	4	3	4	5	4	2	22
51	3	4	5	4	3	2	21
52	2	4	4	3	3	3	19
53	3	4	4	4	4	4	23
54	4	5	4	5	5	4	27
55	4	5	4	4	4	3	24
56	5	5	5	4	4	5	28
57	3	3	3	3	3	1	16
58	3	5	5	4	2	3	22
59	3	4	4	5	5	4	25
60	5	4	3	5	4	4	25
61	3	5	3	5	5	3	24
62	4	4	4	3	3	4	22
63	3	5	4	4	4	3	23
64	4	4	3	4	3	3	21
65	3	4	3	3	3	3	19
66	4	3	3	3	3	3	19
67	5	4	3	4	4	4	24
68	4	4	3	3	5	4	23
69	5	5	4	5	4	2	25
70	5	5	5	5	5	5	30
71	4	5	5	4	3	4	25
72	4	4	4	3	4	3	22
73	5	5	4	4	4	4	26
74	3	4	3	4	3	3	20

75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	3	3	3	3	3	19
77	3	4	4	3	3	3	20
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	5	4	4	4	4	25
82	4	4	3	4	4	4	23
83	3	4	4	4	2	2	19
84	4	4	4	3	4	5	24
85	5	5	5	3	3	4	25
86	3	3	5	4	4	4	23
87	5	4	4	3	4	4	24
88	3	3	4	4	3	4	21
89	5	2	4	3	5	4	23
90	3	5	5	5	5	3	26
91	4	5	3	4	4	3	23
92	3	3	3	4	5	4	22
93	4	4	4	3	4	4	23
94	5	5	4	4	5	4	27
95	3	4	5	3	5	3	23
96	4	4	4	4	4	5	25
97	4	5	5	5	5	2	26
98	3	5	4	4	3	4	23
99	3	3	3	4	4	3	20
100	4	5	3	4	4	3	23

Variabel Label Halal (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	4	4	5	4	5	4	26
2	3	1	4	5	3	1	17
3	3	3	3	4	3	2	18
4	4	3	4	4	4	4	23
5	3	1	3	3	2	2	14
6	1	1	2	5	5	1	15
7	2	3	3	3	3	3	17
8	4	4	3	4	3	2	20
9	4	4	5	5	3	2	23

10	2	1	3	3	2	2	13
11	3	3	1	3	2	1	13
12	5	2	4	3	2	5	21
13	1	4	4	4	2	2	17
14	3	2	3	3	2	2	15
15	4	1	5	4	4	3	21
16	4	2	5	5	5	5	26
17	1	3	4	3	1	1	13
18	4	3	2	3	3	2	17
19	4	2	4	4	4	4	22
20	4	1	4	5	4	4	22
21	4	4	1	1	1	2	13
22	4	2	2	2	2	2	14
23	4	2	5	4	4	4	23
24	4	4	5	5	4	2	24
25	1	3	4	3	3	3	17
26	3	3	3	3	3	4	19
27	3	2	2	1	1	1	10
28	4	3	4	4	4	4	23
29	4	2	4	3	3	3	19
30	5	5	2	3	2	2	19
31	3	3	2	2	1	1	12
32	3	2	2	3	2	2	14
33	4	2	3	2	1	1	13
34	4	4	2	3	2	3	18
35	2	4	2	3	2	2	15
36	4	4	1	5	5	1	20
37	3	4	5	5	2	2	21
38	4	4	5	5	1	1	20
39	4	4	2	4	2	1	17
40	4	4	3	3	2	3	19
41	4	3	4	2	4	3	20
42	5	4	1	4	4	5	23
43	4	3	4	5	3	4	23
44	4	3	2	5	3	2	19
45	5	3	2	4	2	2	18
46	5	3	4	4	4	4	24
47	5	1	2	4	2	2	16
48	3	2	2	4	2	2	15

49	4	2	1	2	2	1	12
50	3	4	3	3	2	2	17
51	5	1	4	3	2	2	17
52	5	4	4	3	3	3	22
53	4	3	3	4	3	3	20
54	2	3	3	3	1	2	14
55	1	3	2	4	2	1	13
56	4	2	4	4	4	4	22
57	4	3	3	3	1	1	15
58	1	3	4	3	3	4	18
59	4	5	3	3	2	2	19
60	5	3	3	4	2	3	20
61	3	2	3	3	3	3	17
62	4	4	3	3	2	2	18
63	4	3	2	2	2	2	15
64	4	2	3	5	2	2	18
65	3	3	3	4	3	2	18
66	3	4	3	3	3	3	19
67	4	4	2	4	3	2	19
68	4	5	4	3	3	2	21
69	4	3	1	2	1	3	14
70	4	5	5	5	5	5	29
71	1	4	2	3	4	4	18
72	4	4	4	4	3	3	22
73	3	3	3	3	2	2	16
74	5	4	3	2	3	3	20
75	4	2	1	1	1	1	10
76	3	4	2	3	2	3	17
77	3	3	3	4	3	3	19
78	3	4	2	1	1	2	13
79	3	4	5	5	1	5	23
80	5	1	3	5	3	2	19
81	3	4	4	4	4	4	23
82	4	2	1	1	3	2	13
83	4	3	4	4	4	4	23
84	4	3	1	3	1	1	13
85	4	2	5	5	3	3	22
86	4	2	4	4	2	4	20
87	4	1	4	4	5	3	21

88	4	1	3	4	2	2	16
89	5	4	4	2	5	5	25
90	4	2	3	3	3	3	18
91	5	4	3	3	3	3	21
92	3	2	2	2	3	1	13
93	2	1	1	3	1	1	9
94	5	5	1	3	3	3	20
95	5	2	1	5	3	2	18
96	5	3	2	2	1	1	14
97	1	2	2	2	2	2	11
98	5	5	3	4	3	3	23
99	5	3	3	3	4	3	21
100	4	5	2	3	3	3	20

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Total
1	5	5	2	5	5	3	25
2	4	4	4	4	4	3	23
3	3	4	3	3	4	3	20
4	3	4	4	3	4	3	21
5	3	4	4	3	4	4	22
6	4	5	5	4	5	4	27
7	3	3	3	3	3	3	18
8	4	4	4	4	4	4	24
9	3	4	4	3	4	4	22
10	3	4	4	3	4	1	19
11	2	5	5	2	5	3	22
12	5	3	4	5	3	5	25
13	2	3	3	2	3	4	17
14	3	3	4	3	3	1	17
15	4	5	3	4	5	1	22
16	4	4	5	4	4	4	25
17	3	5	5	3	5	3	24
18	4	3	3	4	3	3	20
19	4	4	5	4	4	3	24
20	5	5	5	5	5	4	29
21	3	5	5	3	5	4	25
22	2	5	5	2	5	4	23

23	4	3	4	4	3	4	22
24	1	1	1	1	1	4	9
25	4	3	3	4	3	4	21
26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	5	4	4	5	4	26
28	5	5	5	5	5	1	26
29	3	4	3	3	4	5	22
30	2	4	4	2	4	3	19
31	3	3	4	3	3	3	19
32	3	4	4	3	4	3	21
33	2	5	2	2	5	4	20
34	3	4	4	3	4	1	19
35	4	3	3	4	3	4	21
36	4	5	5	4	5	4	27
37	3	3	3	3	3	4	19
38	1	5	5	1	5	4	21
39	3	3	3	3	3	1	16
40	2	3	3	2	3	1	14
41	3	4	3	3	4	1	18
42	4	5	4	4	5	4	26
43	3	3	3	3	3	3	18
44	4	4	4	4	4	1	21
45	4	4	3	4	4	3	22
46	4	4	4	4	4	5	25
47	3	4	4	3	4	5	23
48	4	5	4	4	5	4	26
49	5	5	5	5	5	1	26
50	3	4	4	3	4	1	19
51	3	3	3	3	3	4	19
52	3	2	3	3	2	1	14
53	4	4	4	4	4	3	23
54	2	2	1	2	2	3	12
55	3	4	3	3	4	3	20
56	4	5	5	4	5	3	26
57	1	5	3	1	5	3	18
58	3	4	4	3	4	3	21
59	3	4	4	3	4	1	19
60	2	2	4	2	2	1	13
61	3	3	5	3	3	1	18

62	3	4	3	3	4	2	19
63	4	4	4	4	4	1	21
64	3	5	3	3	5	1	20
65	3	3	3	3	3	3	18
66	4	4	3	4	4	4	23
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	3	4	4	3	1	19
69	4	3	5	4	3	3	22
70	5	5	5	5	5	5	30
71	3	4	5	3	4	4	23
72	3	3	3	3	3	1	16
73	3	3	5	3	3	1	18
74	4	3	4	4	3	4	22
75	1	1	1	1	1	1	6
76	4	3	4	4	3	1	19
77	4	3	3	4	3	1	18
78	5	5	5	5	5	2	27
79	5	5	5	5	5	4	29
80	4	4	4	4	4	1	21
81	4	4	4	4	4	4	24
82	3	3	3	3	3	2	17
83	4	4	4	4	4	3	23
84	5	1	4	5	1	3	19
85	4	4	2	4	4	2	20
86	3	3	4	3	3	2	18
87	5	5	5	5	5	1	26
88	4	3	4	4	3	1	19
89	2	5	4	2	5	4	22
90	3	5	4	3	5	2	22
91	3	4	3	3	4	4	21
92	3	3	4	3	3	2	18
93	3	3	3	3	3	1	16
94	5	4	5	5	4	5	28
95	3	3	4	3	3	2	18
96	4	4	4	4	4	3	23
97	5	5	5	5	5	2	27
98	3	4	3	3	4	5	22
99	3	3	3	3	3	3	18
100	4	4	3	4	4	5	24

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas

1. Variabel Kualitas Produk

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,698	0,196	Valid
	X1.2	0,555	0,196	Valid
	X1.3	0,668	0,196	Valid
	X1.4	0,653	0,196	Valid
	X1.5	0,726	0,196	Valid
	X1.6	0,744	0,196	Valid

2. Variabel Label Halal

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Label Halal (X2)	X2.1	0,435	0,196	Valid
	X2.2	0,358	0,196	Valid
	X2.3	0,680	0,196	Valid
	X2.4	0,609	0,196	Valid
	X2.5	0,720	0,196	Valid
	X2.6	0,753	0,196	Valid

3. Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,711	0,196	Valid
	Y2	0,777	0,196	Valid
	Y3	0,671	0,196	Valid
	Y4	0,711	0,196	Valid
	Y5	0,777	0,196	Valid
	Y6	0,462	0,196	Valid

Lampiran 4 : Hasil Uji Realibilitas

HASIL UJI RELIABILITAS

No.	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X1)	0,769	$\geq 0,60$	Valid
2.	Label Halal (X2)	0,737	$\geq 0,60$	Valid
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	0,765	$\geq 0,60$	Valid

Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.68993976
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.051
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.863
Asymp. Sig. (2-tailed)		.445

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 6 : Hasil Uji Multikolienaritas

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.913	3.187		1.855	.067		
	Kualitas Produk	.450	.108	.382	4.155	.000	.986	1.014
	Label Halal	.267	.095	.260	2.829	.006	.986	1.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 7 : Hasil Uji Heterokedasitas

Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.879	2.130		.882	.380
	Label Halal	-.063	.063	-.101	-1.002	.319
	Kualitas Produk	.087	.072	.121	1.198	.234

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 8 : Hasil Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.436 ^a	.190	.174	3.728	1.776

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.913	3.187		1.855	.067
	Kualitas Produk	.450	.108	.382	4.155	.000
	Label Halal	.267	.095	.260	2.829	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 10 : Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.913	3.187		1.855	.067
	Kualitas Produk	.450	.108	.382	4.155	.000
	Label Halal	.267	.095	.260	2.829	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.040	2	158.520	11.407	.000 ^b
	Residual	1347.950	97	13.896		
	Total	1664.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk

Lampiran 11 : Hasil Uji Determinasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 ^a	.190	.174	3.72779

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk



Lampiran 12 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 3866/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Yola Adiartanti
NIM : 1817201086
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Ubaidillah, S.E., M.E.I
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Inlander Kopi Kecamatan Kalimanah, Kabupaten Purbalingga

Pada tanggal 7 November 2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 10 November 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 13 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 77/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Yola Adiartanti
NIM : 1817201086
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 10/01/2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **71 / B**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **11 Januari 2023**
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 14 : Sertifikat BTA-PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/12308/04/2021

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : YOLA ADIARTANTI
NIM : 1817201086

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	75
# Tartil	:	75
# Imla'	:	70
# Praktek	:	75
# Nilai Tahfidz	:	75



Purwokerto, 04 Jan 2021



ValidationCode

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page1/1

Lampiran 14 : Sertifikat Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد ياني رقم: ٤٠ أ. بوروكرتو ٥٣١٢٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٢٤ www.iainpurwokerto.ac.id

الشهادة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠١٩/١١١٧٥

منحت الى	الاسم	: يولا أديارتاتي
المولودة	: بيورالينجا، ٢٦ مايو ١٩٩٨	الذي حصل على
	فهم المسموع	: ٤٩
	فهم العبارات والتراكيب	: ٥١
	فهم المقروء	: ٤٦
	النتيجة	: ٤٨٧



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١١ ديسمبر ٢٠١٨

بوروكرتو، ١١ يناير ٢٠١٩
رئيس الوحدة لتنمية اللغة.

الدكتور صبور، الماجستير.
رقم التوظيف: ١ ٠٠٥ ١٩٩٣٠٣ ١٩٦٧٠٣٠٧



ValidationCode

Lampiran 15 : Sertifikat Bahasa Inggris



IAIN PURWOKERTO
MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/11175/2018

This is to certify that :

Name : **YOLA ADIARTANTI**
Date of Birth : **PURBALINGGA, May 26th, 1998**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 47
2. Structure and Written Expression	: 48
3. Reading Comprehension	: 50

Obtained Score : **484**



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, December 12th, 2018
Head of Language Development Unit,

Dr. Subur, M.Ag.
NIP: 19670307 199303 1 005

Lampiran 16 : Sertifikat KKN



The certificate features a green and white color scheme with decorative wavy borders at the top and bottom. In the top right corner, there are two logos: the official logo of Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto and the LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) logo. The main title 'Sertifikat' is prominently displayed in a large, bold, green font. Below the title, the certificate number 'Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022' is printed. The issuing institution is identified as 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto'. The recipient's details are listed as follows: Name: YOLA ADIARTANTI, NIM: 1817201086, and Faculty/Program: EKONOIMI DAN BISNIS ISLAM / ESY. The certificate states that the recipient has successfully completed the 49th year of the 'KKN Nyata' (Community Service) program and is declared 'LULUS' (passed) with a grade of '91 (A)'. The date and location of issuance are 'Purwokerto, 30 Mei 2022'. The signature of the official, 'Dr. H. Ansori, M.Ag.', is accompanied by a blue circular stamp from the 'KEMENTERIAN AGAMA' (Ministry of Religion) and the 'UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO'. The official's NIP (National Identification Number) is '19650407 199203 1 004'.

Sertifikat
Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
menyatakan bahwa :

Nama : YOLA ADIARTANTI
NIM : 1817201086
Fakultas/Prodi : EKONOIMI DAN BISNIS ISLAM / ESY

Telah Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-49 Tahun
2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **91 (A)**

Purwokerto, 30 Mei 2022
Ketua,
Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran 17 : Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA

Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A, Talp. 0281-835024 Website: www.lampunwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/72431/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4,0
81-85	A-	3,6
76-80	B+	3,3
71-75	B	3,0
65-70	B-	2,6

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	80 / B+
Microsoft Power Point	86 / A



Diberikan Kepada:

YOLA ADIARTANTI
 NIM: 1817201086

Tempat / Tgl. Lahir: Purbalingga, 26 Mei 1998



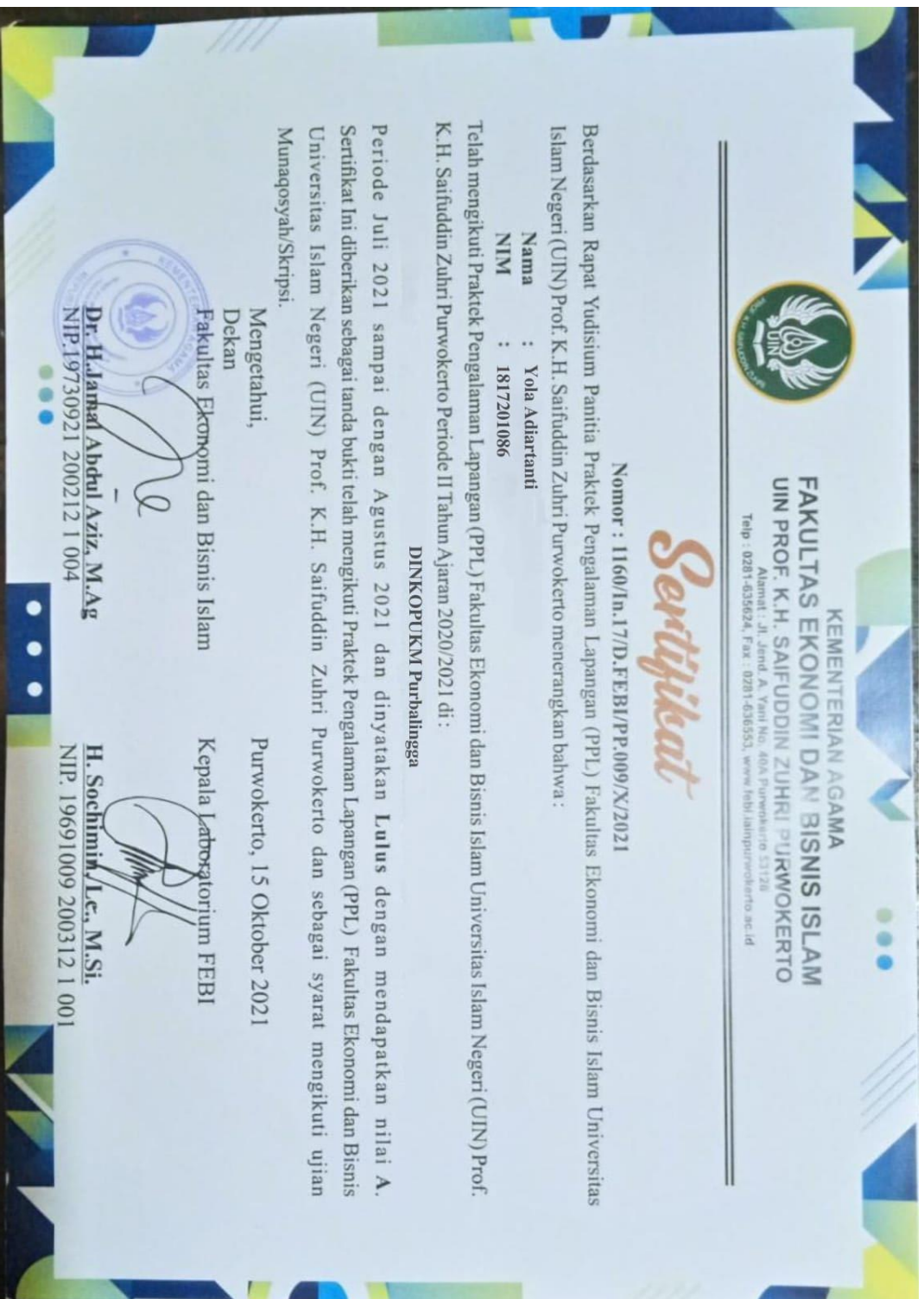
Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

Purwokerto, 20 Januari 2021
 Kepala UPT TIPD



Dr. H. Ejiat Hardayono, S.Si, M.Sc
 NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 18 : Sertifikat PPL



The image shows a certificate of practice (PPL) issued by the Faculty of Economics and Business Islam (FEBI) at UIN Purwokerto. The certificate is titled "Sertifikat" in a large, stylized font. It details the student's name, NIM, and the period of the PPL. The certificate is signed by the Dean of the Faculty of Economics and Business Islam and the Head of the FEBI Laboratory. The certificate is dated October 15, 2021.

KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 35128
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi@iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Yola Adiantanti
NIM : 1817201086

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :

DINKOPUKM Purbalingga

Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.
Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munagoayah/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021

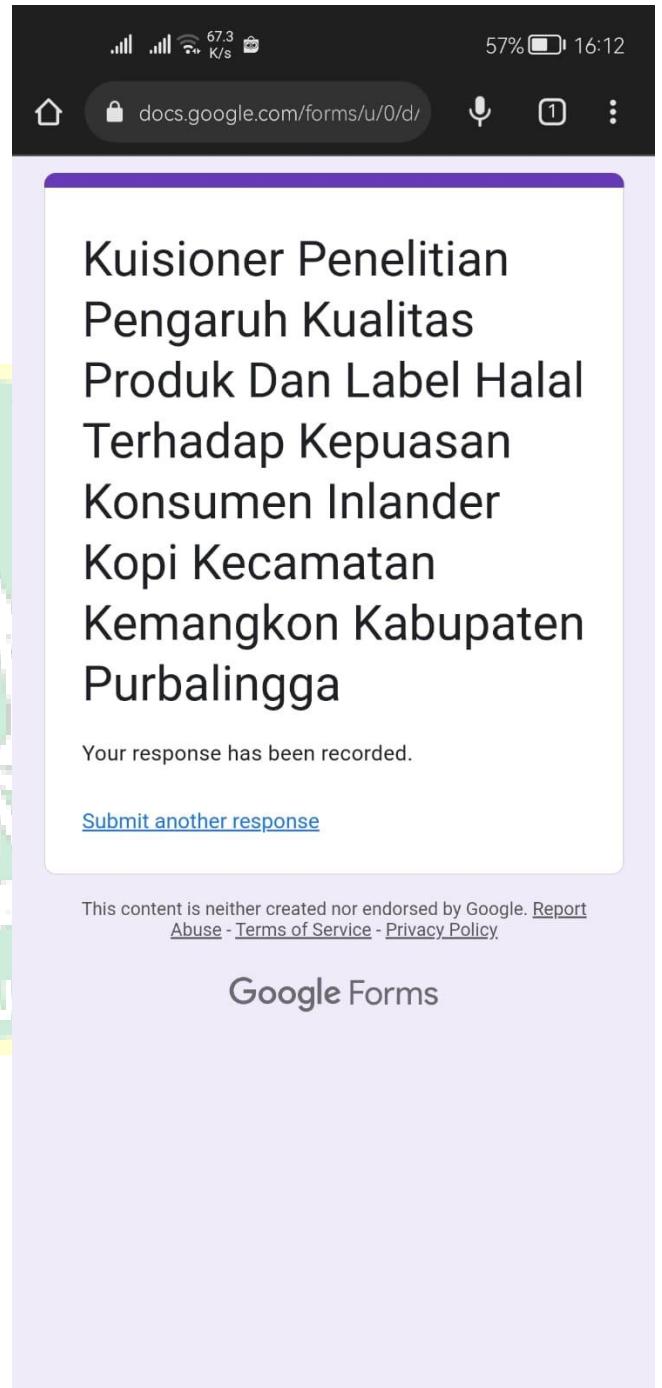
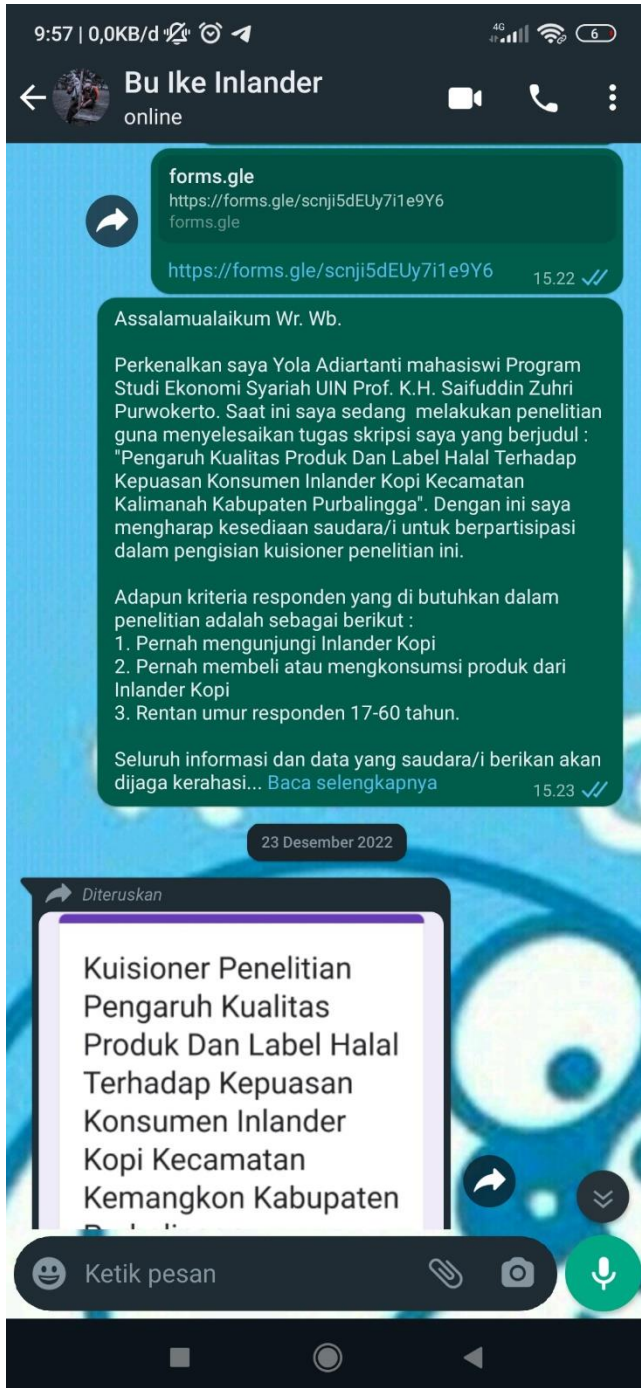
Kepala Laboratorium FEBI

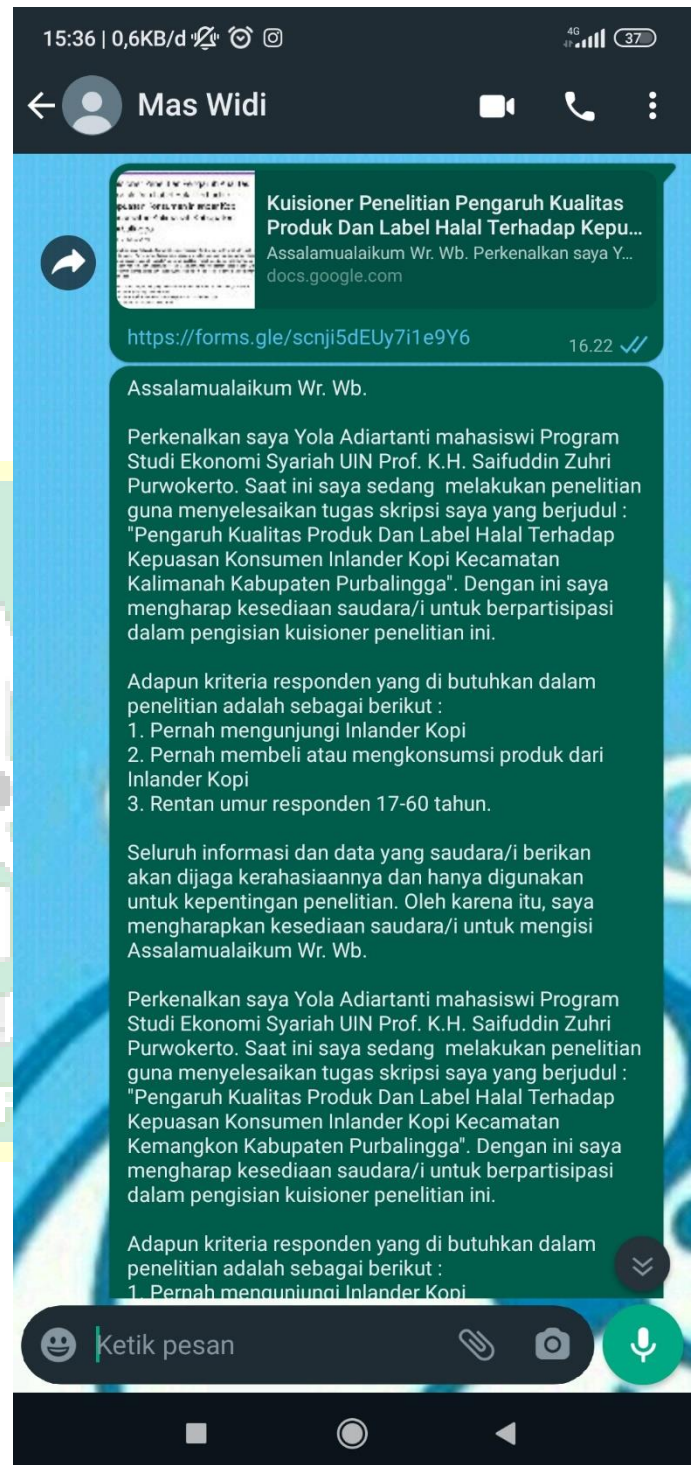
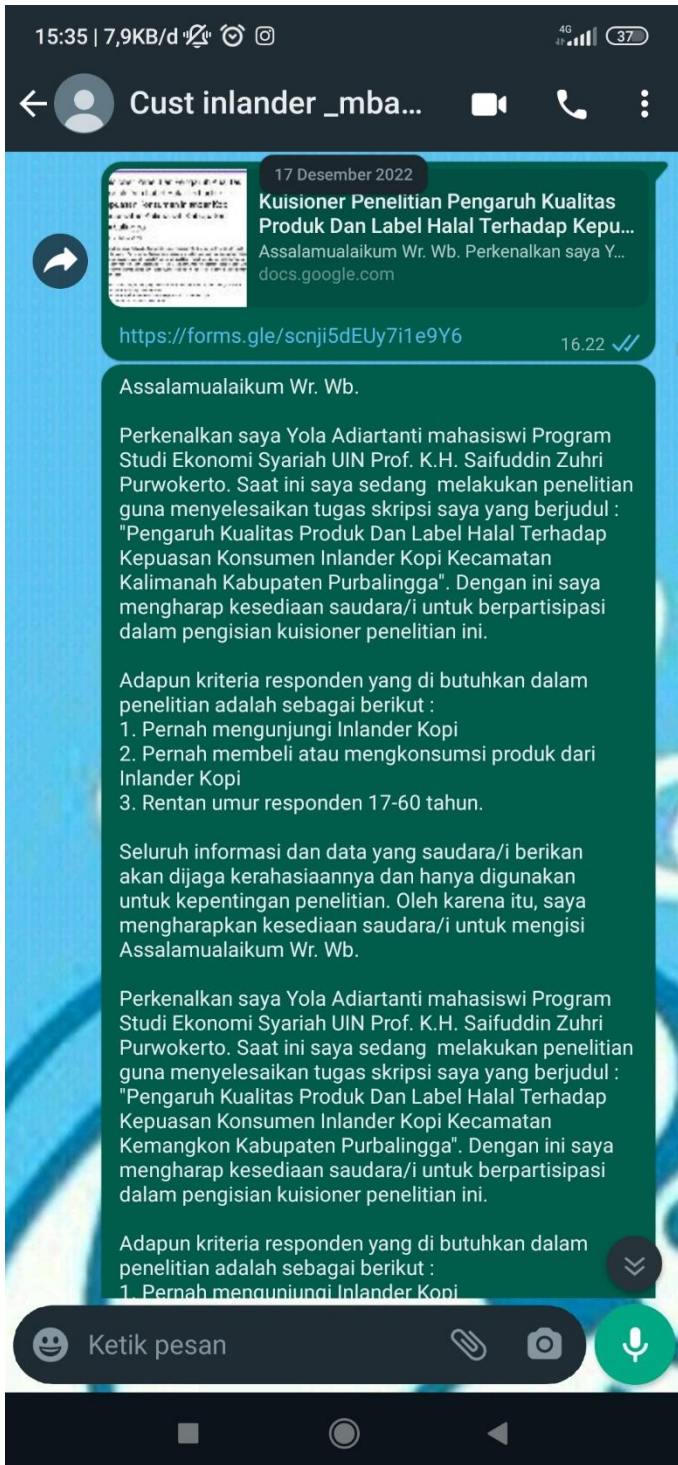
H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 19 : Sertifikat PBM



Bukti Penyebaran Kuisisioner dengan google form





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Yola Adiartanti
2. NIM : 1817201086
3. Tempat/Tgl. Lahir : Purbalingga, 26 Mei 1998
4. Alamat : Kedungbenda Rt 001/001, Kec. Kemangkon,
Kab. Purbalingga
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Suyatno
Nama Ibu : Saptorini
6. E-mail : yollaadiartanti27@gmail.com

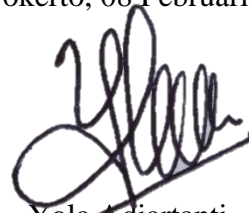
B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : SD Negeri 2 Kedungbenda (2004-2010)
2. SMP/MTs : SMP Negeri 3 Kemangkon (2010-2013)
3. SMA/SMK : SMK Muhammadiyah 1 Purbalingga (2013-2016)
4. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri
Tahun masuk 2018

C. Pengalaman Organisasi

1. Volly
2. KSEI (Komunitas Studi Ekonomi Islam)
3. PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia)

Purwokerto, 08 Februari 2023



Yola Adiartanti
NIM. 1817201086