

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LITERASI HALAL  
TERHADAP KESADARAN HALAL  
PADA PEDAGANG MUSLIM MAKANAN DAN MINUMAN  
PASAR *SUNDAY MORNING* GOR Satria PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**RISMA DWI SAGITA**

**NIM. 1917201242**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Risma Dwi Sagita  
NIM : 1917201242  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Halal Terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan Dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang ditunjuk sumbernya.

Purwokerto, 10 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SPESIAL BUKU BUKU 1000 METRAT TEMPEL' and the serial number '73915AKX586604155'.

Risma Dwi Sagita  
NIM. 1917201242



**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 RELIGIUSITAS DAN LITERASI HALAL TERHADAP  
KESADARAN HALAL PADA PEDAGANG MUSLIM MAKANAN DAN  
MINUMAN PASAR SUNDAY MORNING GOR Satria PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Riama Dwi Sagita NIM 1917201242** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 19 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji

Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.  
NIP. 19680403 199403 1 004

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I  
NIDN. 2031078802

Pembimbing/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.  
NIP. 19750420 200604 2 001

Purwokerto, 26 Oktober 2023



Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan

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

## 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 melakukan bimbingan, telaah, arahan dan korelasi terhadap penulisan skripsi dari saudari Risma Dwi Sagita NIM. 1917201242 yang berjudul :

**“Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Halal Terhadap Kesadaran Halal Pada Pedagang Muslim Makanan Dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto”**

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 10 Oktober 2023  
Pembimbing,



**Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.**  
NIP.19750420 200604 2 001



**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LITERASI HALAL TERHADAP  
KESADARAN HALAL PADA PEDAGANG MUSLIM MAKANAN DAN  
MINUMAN PASAR *SUNDAY MORNING* GOR SATRIA PURWOKERTO**

**Risma Dwi Sagita**

**1917201242**

E-mail : [rismadwisagita135@gmail.com](mailto:rismadwisagita135@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah

Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Permintaan pasar yang luas mengenai produk halal di Indonesia, belum dapat dipenuhi oleh aksesibilitas barang domestik yang diciptakan oleh sektor Halal di Indonesia. Kurangnya kemampuan industri halal tersebut terdapat beberapa penyebab, salah satunya yaitu masih banyak menghadapi masalah di kalangan pelaku industri halal, dimana masalah tersebut adalah masih rendahnya pengetahuan dan kesadaran produk halal, dan masih banyak lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Religiusitas dan Literasi Halal berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Populasi sebanyak 150 pedagang Muslim makanan dan minuman dengan perhitungan sampel rumus Slovin menghasilkan 110 responden dari Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Teknik analisis data menggunakan Uji Rank Spearman, Uji Kendall's W dan Regresi Ordinal menggunakan program SPSS 26.

Berdasarkan analisis korelasi Rank Spearman menghasilkan korelasi Religiusitas dan Literasi Halal yang dapat disimpulkan bahwa Religiusitas (0,691) dan Literasi Halal (0,619) secara parsial berpengaruh positif terhadap Kesadaran Halal. Hasil uji Kondordansi Kendall's W hasil signifikansi sebesar 0,45 yang membuktikan adanya korelasi antara variabel Religiusitas dan Literasi Halal dengan Kesadaran Halal dengan arah positif. Pengujian regresi ordinal table model fitting information menunjukkan bahwa variabel Religiusitas dan Literasi Halal secara simultan berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.

**Kata kunci:** Religiusitas, literasi halal, kesadaran halal pada pedagang muslim

***THE EFFECT OF RELIGIOSITY AND HALAL LITERACY ON THE  
HALAL AWARENESS TO MUSLIM FOOD AND BEVERAGE TRADERS  
FOR SUNDAY MORNING MARKET GOR SATRIA PURWOKERTO***

**Risma Dwi Sagita**  
**1917201242**

E-mail : [rismadwisagita135@gmail.com](mailto:rismadwisagita135@gmail.com)

*Study Program of Islamic*

*Study Program of Sharia Economics, Islamic and Business Faculty  
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*The wide market demand for halal products in Indonesia cannot yet be met by the accessibility of domestic goods created by the Halal sector in Indonesia. The lack of capability in the halal industry has several causes, one of which is that there are still many problems among halal industry players, where these problems are low knowledge and awareness of halal products, and many others. The purpose of this study was to find out whether Religiosity and Halal Literacy influence to the Halal Awareness to muslim food and beverage traders for Sunday Morning Market GOR Satria Purwokerto.*

*This study uses a quantitative research method. The research data is primary data collected through questionnaires using techniques non-probability sampling with approach purposive sampling. The population of 150 Muslim Food and Beverage Traders using the slovin formula sample calculation resulted in 110 respondents from Sunday Morning Market GOR Satria Purwokerto. Data analysis techniques used the Spearman Rank Test, Kendall's W Test and Ordinal Regression using the SPSS 26 program.*

*Based on the rank Spearman correlation analysis, it produces a correlation of Religiosity and Halal Literacy which can be concluded that religiosity (0,691) and halal literacy (0.619) partially have a positive effect on the Halal Awareness. Kendall's w test results show a significance of 0.45 which proves a correlation between the variables of Religiosity and Halal Literacy to Halal Awareness in a positive direction. Testing the ordinal table model fitting information regression shows that the variables of Religiosity and Halal Literacy influence simultaneously influence on the Halal Awareness to muslim traders.*

***Keywords: Religiosity, halal literacy, halal awareness to muslim traders***

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

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

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	<u>H</u>	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	<u>Ḍ</u>	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṡad	<u>S</u>	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍ'ad	<u>Ḍ</u>	de (dengan titik di bawah)
ط	ṡa	<u>T</u>	te (dengan titik di bawah)
ظ	ḏa	<u>Z</u>	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik keatas
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

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

### C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

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

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

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة لfطر	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

### D. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u



### E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	A
	تنس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	Fûrud

### F. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

### G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

## H. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------



## MOTTO

“Tiga tahap dalam pendidikan dasar: pertama, mengalami sebab akibat; kedua, memahami sebab akibat, dan ketiga merancang sebab akibat.”

*Toto Rahardjo*

“Mulai dengan penuh keyakinan, jalani dengan penuh keikhlasan,  
selesaikan dengan penuh kebahagiaan”



## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto”.

Karya ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orangtua kandung saya, Ibu Suliyah dan Bapak Darko yang telah mendidik saya, memberikan doa, rela berkorban, memberikan segala perhatiannya serta pesan nasihat kepada saya dan selalu memberikan dukungan moril dan materil serta limpahan kasih sayang yang tiada hentinya.
3. Kakak kandung saya, Patma Wahyuningtias dan Kakak ipar saya, Jamal Syahrul Fathor yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
4. Adik kandung saya, Meliana Agustin yang sedari kecil sampai sekarang memberikan warna di kehidupan penulis.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang istimewa yang peneliti sayangi dan cintai. Terimakasih atas kebaikan, perhatian, doa dan dukungannya kepada peneliti. Kebaikan kalian tidak akan terlupakan dan akan menjadi memori terindah yang akan peneliti kenang dihati. Semoga ilmu, kasih sayang, cinta, doa dan dukungan yang kalian berikan mendapatkan ridho, keberkahan dan balasan dari Allah SWT.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya. Tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, kepada keluarga serta sahabat-sahabat-Nya.

Berkaitan dengan selesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto” dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari bahwa tidak akan bisa mencapai titik seperti saat ini tanpa adanya bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

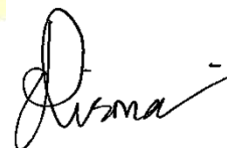
1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Dan Pengembangan Kelembagaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yois Shofwa Shafrani, SP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dani Kusumastuti, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, saran, serta dukungannya demi terselesainya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa sehat dan mendapat perlindungan dari Allah SWT atas segala kebaikan yang beliau berikan.
9. Segenap dosen dan karyawan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan Pendidikan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
10. Seluruh staf admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Keluarga bude Tasmini, kakak sepupu tersayang Dewi Anisah dan keponakan yang menggemaskan Abiyah Alfatih Svarga, Ayesha Keinara Tusabina, Afkalif Niskala Alfarih.
12. Seluruh responden, pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto yang telah bersedia membantu penulis dalam pengisian kuesioner penelitian.
13. Hardi Akbar Pratama yang telah menjadi support system penulis dalam proses penyusunan skripsi.
14. Sahabat-sahabat penulis Anis Suryanik, Qonitat Nur Fadhillah, Annisa Nurul Febrianti, Intan Amelia Damayanti, Anti Zhubaedah, Puput Tri Aisyah, Nur Abdika Rakhmah Wati, sebagai teman seperjuangan penulis sejak awal berada dibangku kuliah semester satu yang saling memberi warna disetiap momen perkuliahan. Terimakasih atas semua cerita dan kebersamaannya, sukses dan sehat selalu untuk kalian.
15. Sahabat penulis dari masa SMP sampai sekarang, Amalia Tasya dan Fiki Rahmatika terimakasih telah menjadi sahabat yang baik dan kebersamaian selama ini. Sukses dan sehat selalu untuk kalian.

16. Keluarga besar KMPA “FAKTAPALA” Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto atas semua ilmu, pengalaman, kehangatan dan menjadi tempat penulis menempa mental, keberanian serta hal baru yang mengasyikan.
17. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah D angkatan 2019 yang telah memberikan banyak warna dalam perjalanan penulis selama perkuliahan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
18. Tempat penulis melakukan KKN, Desa Kalisumur dan teman-teman yang kebersamai Anis, Nala, Uni, Fani, Lulu, Alifia, Dimas, Anas, dan Royan.
19. Tempat penulis melakukan PPL, The Forest Island Purwokerto dan teman-teman yang kebersamai Yuli Hana Puji Utami, Ashar Rohman, dan Andre Agustian.
20. Teman-teman yang kebersamai dalam PBM, tim Mpecel.yuuuk Anis Suryanik, Ayu Komalasari, dan Zulfa Jiddan.
21. Seluruh teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang bersedia mendoakan serta kebersamai penulis ketika bahagia ataupun sedih.
22. Untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu baik yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dorongan dan semangat untuk penyelesaian skripsi ini, penulis ucapkan banyak terimakasih.

Tanpa adanya bantuan dari anda semua, proses penyelesaian skripsi ini tentu tidak berjalan dengan lancar. Semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang ada. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca. Aamiin

Purwokerto, 10 Oktober 2023



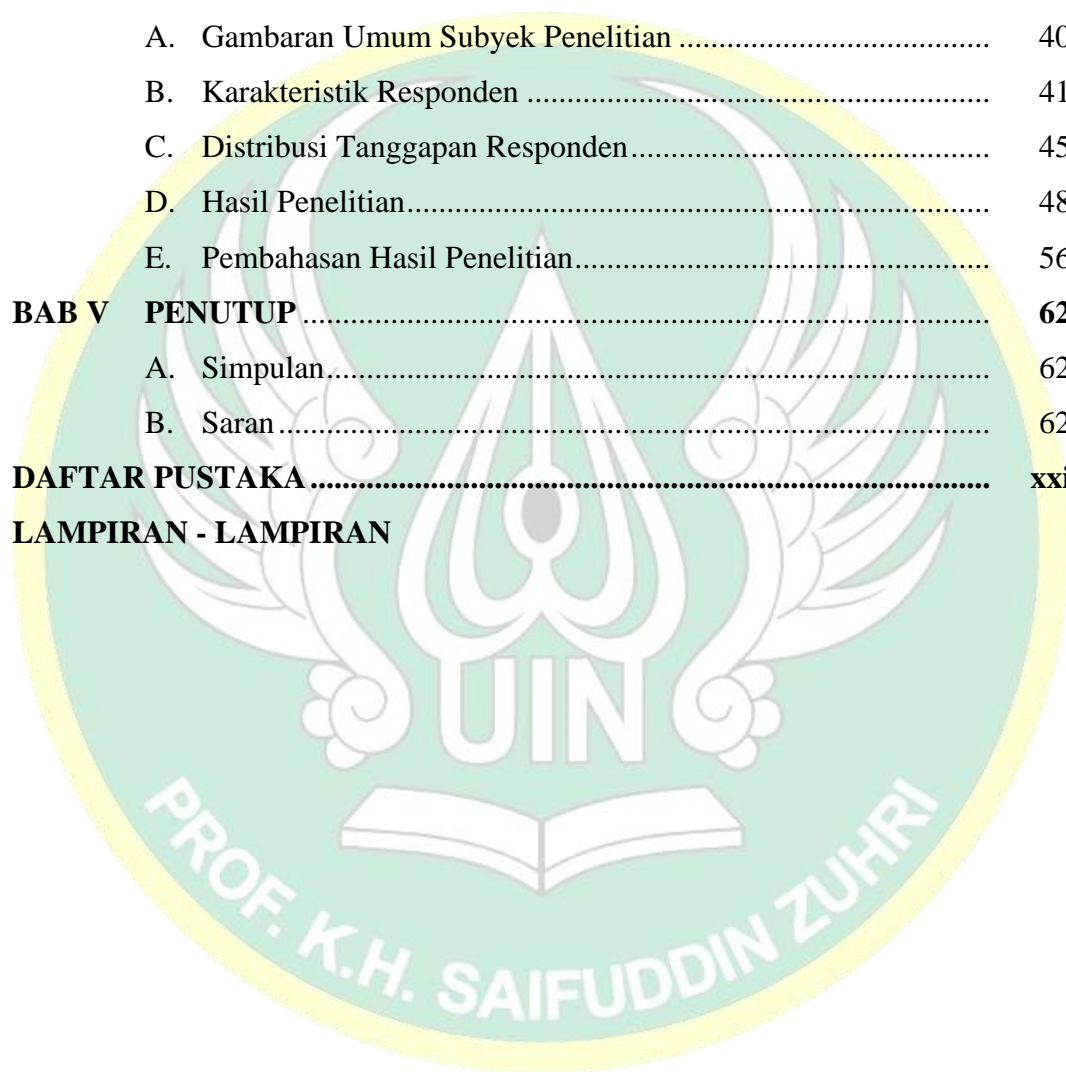
Risma Dwi Sagita  
NIM.1917201242

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	11
B. Landasan Teologis.....	20
C. Kajian Pustaka .....	26
D. Kerangka Penelitian.....	30
E. Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
C. Populasi Penelitian .....	33
D. Sampel Penelitian .....	34



E. Variabel dan Indikator Penelitian .....	35
F. Subjek dan Objek Penelitian .....	36
G. Sumber Data Penelitian .....	36
H. Teknik Pengumpulan Data .....	36
I. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	40
B. Karakteristik Responden .....	41
C. Distribusi Tanggapan Responden.....	45
D. Hasil Penelitian.....	48
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Simpulan.....	62
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xxi</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Indikator Penelitian .....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Kecamatan .....	43
Tabel 4.2 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Religiusitas.....	46
Tabel 4.3 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Literasi Halal.....	46
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kesadaran Halal .....	47
Tabel 4.5 Validitas Variabel Religiusitas.....	48
Tabel 4.6 Validitas Variabel Literasi Halal.....	48
Tabel 4.7 Validitas Variabel Kesadaran Halal .....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Rank Spearman.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Konkordansi Kendall W .....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Ordinal.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Ordinal.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Ordinal.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Ordinal.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Ordinal.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proyeksi Penduduk Indonesia pada Tahun 2010 - 2045 .....	2
Gambar 1.2	Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor .....	3
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian .....	29
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Usaha .....	44
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Tabulasi Responden
- Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Rank Spearman
- Lampiran 6 Hasil Uji Konkordansi Kendall's W
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Ordinal
- Lampiran 8 Dokumentasi





# **BAB I**

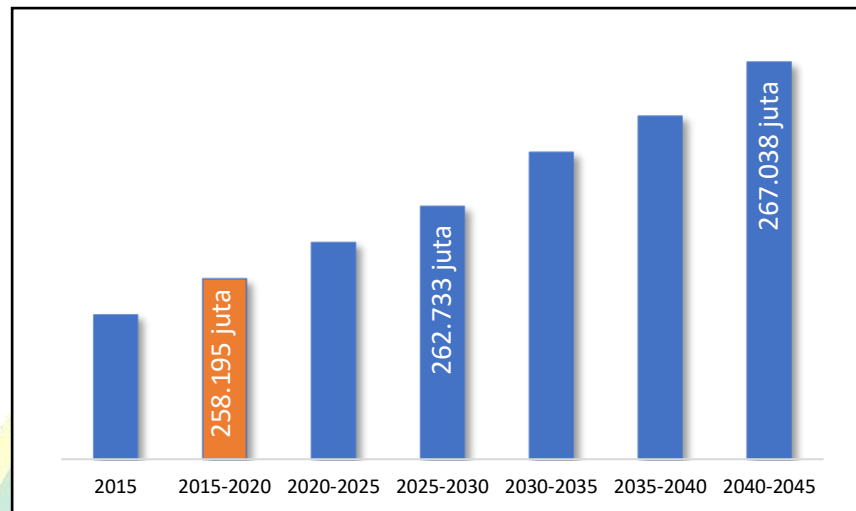
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Agama Islam adalah pedoman hidup manusia yang diwahyukan oleh Allah Subhanahu Wata'ala kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam dimana ajaran agama Islam bersifat sakral dan mutlak, dengan sangat berdampak ajaran - ajaran agama Islam dalam kehidupan manusia yang berakhlak mulia dan berbudi luhur (Abd. Rozak dan Ja'far, 2019). Agama Islam secara nyata memberi suatu ajaran kepada manusia untuk mendekati segala kebaikan atau semua yang halal dan menjauhi segala keburukan atau semua yang haram. Sebelum mengkonsumsi suatu produk, seorang muslim harus memastikan bahwa produk tersebut halal atau haram supaya terhindar dari hal-hal yang tidak baik, karena mengkonsumsi produk yang halal merupakan kewajiban bagi seorang muslim. Melalaikan ketentuan konsumsi dalam Islam akan berdampak tidak baik dalam kehidupannya di dunia dan akhirat bagi manusia itu sendiri. Memakan produk non-halal dapat tertolaknya doa yang dipanjatkan seorang muslim kepada Allah dan kenikmatan akhirat (Dani Kusumastuti 2020).

Kehalalan produk juga diatur oleh Codex sebagai badan dunia yang mengatur sistem perdagangan internasional, sehingga berdampak pada produk halal yang terus berkembang pesat baik di Indonesia maupun di belahan dunia lainnya (Sukoso, 2020). Indonesia pada tahun 2019 - 2020, menempati peringkat 5 dalam ekonomi Islam global, setelah Malaysia, Uni Emirat Arab, Bahrain, dan Saudi Arabia. Padahal pada tahun 2018 - 2019 Indonesia masih menempati peringkat 10 (State of The Global islamic Economic Report, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa peluang dan potensi ekonomi syariah Indonesia terbuka lebar. Begitupula yang terdapat di dalam data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa konsumen halal Indonesia akan mencapai 262,733 juta jiwa pada periode 2025-2030, dan 267,038 juta jiwa pada periode 2040 - 2045.

**Gambar 1.1**  
**Proyeksi Penduduk Indonesia pada Tahun 2010 - 2045**

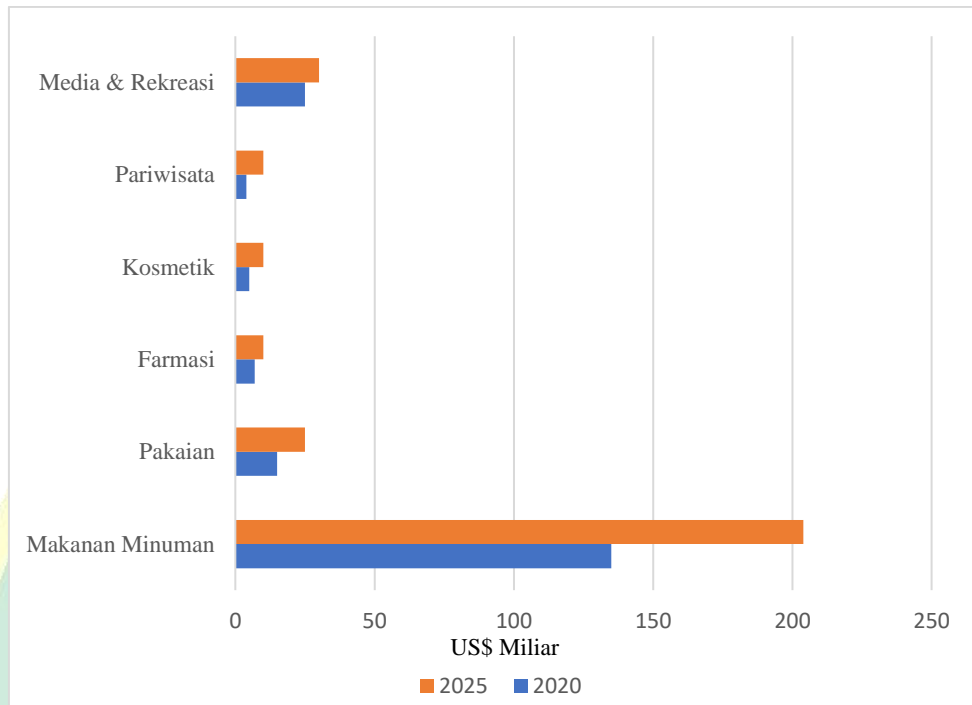


Sumber: data BPS 2015

Data yang ada pada gambar diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah tersebut menjadikan pasar produk halal di Indonesia sangat besar. Dari kebutuhan konsumsi yang tinggi akan produk halal tersebut, akan mendorong tingkat permintaannya yang tinggi pula, sehingga intensif untuk melakukan produksi yang menghasilkan produk halal pun akan meningkat (Dani Kusumastuti, 2020).

Dinar Standard (2021) mendata bahwa konsumsi produk halal di Indonesia diproyeksikan meningkat menjadi US\$282 miliar pada tahun 2025. Jika dilihat per sektornya, makanan dan minuman memiliki kontribusi terbesar dalam konsumsi tersebut. Konsumsi sektor makanan minuman halal Indonesia mencapai US\$135 miliar pada tahun 2020, sekaligus membuat Indonesia menjadi negara konsumen makanan minuman halal terbesar di dunia. Konsumsi ini diproyeksikan akan meningkat menjadi US\$204 miliar pada tahun 2025.

**Gambar 1.2**  
**Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor (2020 & 2025)**



Sumber : Dinar Standar, 2021

Pada grafik tersebut menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat mengkonsumsi makanan dan minuman halal di Indonesia menjadi kebutuhan utama. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya kesadaran halal para pelaku usaha sebagai produsen di Indonesia dalam memperdagangkan produk makanan dan minumannya. Seperti yang sudah kita ketahui, umat Muslim diperintahkan oleh Allah Swt untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal. Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168:

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

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”

Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid, Imam Masjidil Haram menafsirkan ayat tersebut menjadi wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi, baik dari hewan, tumbuh-tumbuhan maupun pohon-pohonan yang diperoleh dengan cara

yang halal dan memiliki kandungan yang baik, tidak jorok. Dan janganlah kalian mengikuti jalan setan yang menggoda kalian secara bertahap. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi kalian. Dan orang yang berakal sehat tidak boleh mengikuti musuhnya yang selalu berusaha keras untuk mencelakakan dan menyesatkannya.

Masyarakat khususnya umat Islam dalam mempertimbangkan dan memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau dalam hal ini produk halal memperhatikan beberapa aspek atau faktor seperti religiusitas yang merupakan suatu tingkatan dimana seorang tersebut dapat menerima suatu hal yang paten atau wajib diterima dalam agamanya. Menurut Muhaimin (2002), keyakinan dalam beragama seringkali dinilai dari kapasitas individu dalam kesehariannya untuk menghayati, memahami, serta ketika mengimplementasikan nilai-nilai agama yang diyakininya.

Faktor lainnya adalah literasi halal, dapat diartikan juga pemahaman seorang mengkonsumsi makanan dan minuman halal. Literasi halal dapat diartikan sebagai kemampuan pemahaman seorang muslim mengenai produk yang digunakan atau dikonsumsi. Mengenai halal maupun haram tidak cukup jika mempercayai label halalnya saja, karena ada yang tidak kalah penting yaitu memahami produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen. Literasi halal dapat dijadikan suatu kemahiran dalam memahami perbedaan antara produk baik yang dibenarkan maupun yang dilarang berdasarkan ketentuan syariat Islam (Salehudin, 2010). Direktur Pengembangan Ekonomi Syariah dan Industri Halal, Afdhal Aliasar, yang menjadi narasumber dalam Seminar Nasional Ekonomi Syariah IAIN Metro Lampung (2020) mengatakan bahwa Literasi Halal para produsen mengenai produk halal harus diperkuat lagi sehingga kualitas produksi produk halal semakin membaik. Hal tersebut diperlukan karena Indonesia saat ini sebagai pusat pasar produk dan jasa halal dengan dibuktikan ada banyaknya pelaku industri halal kreatif di Indonesia, namun belum menjadi pelaku utama.

Kesadaran akan produk halal penting bagi seorang muslim. Sebab bagi seorang muslim dalam membuat produk dan kemudian memakan produk



tersebut suatu keharusan dalam mengingat kehalalannya agar sesuai dengan aturan agama Islam (Hamdani,dkk., 2021). Seorang muslim yang tingkat kesadaran halalnya tinggi mengenai suatu produk, mereka akan selalu menggunakan produk halal karena sudah mengetahui dan memahami larangan serta konsekuensi ketika mengkonsumsi produk haram yang mereka akan dapatkan nantinya, maka dari itu mereka pastinya tidak hanya mempertimbangkan dari label ataupun kesehatannya. Secara langsung dasar perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh nilai-nilai spiritual sesuai dengan agamanya, kemudian pilihan makanan dan minuman yang mereka konsumsi pada akhirnya juga akan terpengaruh. Karena agama memberlakukan larangan - larangan mengenai makanan dan minuman, keyakinan agama menjadi acuan untuk memutuskan seperti apa saja makanan dan minuman yang akan dikonsumsi (Wisnu Mahendri,dkk., 2020).

Meskipun saat ini permintaan pasar yang luas mengenai produk halal, namun permintaan produk halal tersebut belum dapat dipenuhi oleh aksesibilitas barang domestik yang diciptakan oleh sektor Halal di Indonesia. Kurangnya kemampuan industri halal negara Indonesia tersebut ada beberapa penyebabnya, salah satunya yaitu masih banyak menghadapi masalah di kalangan pelaku industri halal, dimana masalah tersebut adalah masih rendahnya pengetahuan dan kesadaran produk halal, rendahnya kepemilikan sertifikasi halal, proses produksi yang belum sesuai dengan standar halal, serta kesulitan dalam pemasaran produknya (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2019).

Irwan Habibi Hasibuan, dkk (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh Religiusitas dan Orientasi Masalah terhadap Kesadaran Halal, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Makanan Berlabel Halal, dimana penelitian tersebut menghasilkan bahwa Religiusitas sebagai variabel yang secara signifikan mempengaruhi Kesadaran Halal dan juga Kepuasan. Berdasarkan penelitian Wisnu Mahendri, dkk (2020) yang meneliti tentang Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Kesadaran Halal pada Konsumen Islam KFC Jombang, menyebutkan variabel

Religiusitas serta Label Halal terhadap Kesadaran halal berpengaruh secara signifikan. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik religiusitas seorang muslim dan label halal akan semakin meningkatkan Kesadaran Halal seorang muslim.

Begitupula dalam hasil penelitian Farida Diyan P., dkk (2022) yang meneliti pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Sertifikasi Halal terhadap Ketertelusuran Halal dengan Kesadaran Halal sebagai Variabel Intervening pada Pedagang Muslim di Pasar Tradisional Malang, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kesadaran Halal pedagang Muslim dipengaruhi oleh Sertifikasi Halal dan Religiusitas. Namun untuk variabel Pengetahuan tidak mempengaruhi Kesadaran Halal. Dan menurut Risma E.Y. dan Mochamad R.A. (2022) yang meneliti Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kesadaran Halal Pelaku Usaha Pangan di Pulau Madura, menyebutkan aktivitas ibadah, pengetahuan tentang pangan halal, label halal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Sedangkan keyakinan tentang pangan halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Tingkat Kesadaran Halal pelaku usaha pangan sebesar 98% dimana 98 responden tersebut mengetahui sertifikasi-labelisasi halal yang tertera pada produk pangan.

Berdasarkan hasil penelitian Imbang Dwi A. (2021) tentang pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Halal Masyarakat pada Produk Makanan Cepat Saji Mc Donald's, diperoleh hasil bahwa empat variabel independen pada penelitian tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran halal pada produk McDonald's. Begitupula penelitian yang dilakukan oleh Andi Athifah A. (2020) tentang pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Halal Mahasiswa FEBI angkatan 2016 sampai 2019 Uin Alauddin Makassar menyebutkan bahwa ketiga variabel independen pada penelitian tersebut berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kesadaran konsumen pada produk halal.

Telaah studi terdahulu yang diteliti oleh Dani Kusumastuti yang berjudul

Minat Beli Produk Halal di Indonesia, Studi Pemetaan Sistematis (2020) mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia menunjukkan minat beli yang signifikan terhadap pembelian komoditas halal. Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat beli tersebut, dimana dalam faktor internal antara lain yaitu religiusitas dan kesadaran halal, sedangkan dalam faktor eksternal seperti adanya sertifikasi atau label halal. Dari hasil tersebut dapat menjadi dorongan untuk produsen halal yang mana pada penelitian ini adalah Pedagang muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto perlu memberikan perhatian dan terus meningkatkan kualitas produk dengan mempertahankan standar kehalalan produknya.

Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto merupakan pasar yang dijadikan tempat berjualan oleh berbagai pedagang yang berasal dari dalam maupun dari luar Kabupaten Banyumas. Hal tersebut dikarenakan pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto merupakan pasar yang ramai pengunjung dan dapat memberikan profit yang cukup tinggi bagi para pedagang. Bahkan pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto merupakan pasar *Sunday Morning* terbesar yang terdapat di Jawa Tengah. Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto terbagi ke dalam tiga area yang bernama PAPA GORSA (Persatuan Pedagang GOR Satria), Pedagang SUNMOR (*Sunday Morning*), dan PAPA TIGOR (Persatuan Pedagang Timur Gor) menurut Sigit Djokopurnomo selaku Wakil Ketua Paguyuban (wawancara pada 9 April 2023).

Namun, berdasarkan hasil observasi kepada beberapa pedagang, bahwa terdapat kasus pedagang makanan dan minuman di pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto, yaitu bahwa rendahnya tingkat kesadaran halal terlihat pada minimnya perhatian dalam memahami bahwa konsep halal menurut syariat, dimana proses produksi seharusnya tidak hanya sampai pada bahannya, melainkan perlu memperhatikan juga dalam proses perolehan bahan tersebut, dalam proses pengolahannya, kemudian berdasarkan proses penyimpanannya, dan sampai pada proses penyajiannya. Penyebabnya, ada keyakinan dalam diri pedagang bahwa produk yang dijual akan halal selama tidak tercampur dengan benda yang mutlak haram seperti daging babi.



Sebagaimana gambaran umum yang telah diuraikan tersebut, penulis beranggapan pentingnya mengulas secara mendalam terkait topik faktor kesadaran halal yang dimiliki para pedagang makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto, mengingat pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto sebagai tempat destinasi wisata kuliner yang besar. Selanjutnya penulis akan mendeskripsikan temuan penelitian ini secara mendalam, yang berkaitan dengan faktor kesadaran halal. Untuk membatasi bahasan masalah dalam kajian ini, penulis memfokuskan kajian ini pada beberapa permasalahan, yaitu Pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah tingkat religiusitas, literasi halal dan kesadaran halal pada pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto tinggi?
2. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto?
3. Apakah Literasi Halal berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto?
4. Apakah Religiusitas dan Literasi Halal berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk menganalisis pengaruh Religiusitas terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Akademik

- 1) Dapat dijadikan referensi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama.
- 2) Dapat dijadikan tambahan wawasan mengenai faktor yang paling mempengaruhi kesadaran halal pada masyarakat yang ada di Indonesia.
- 3) Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam Menyusun penelitian yang selanjutnya.

### b. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi tolak ukur mengenai pemahaman yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah pengetahuan mengenai tema yang menjadi fokus penelitian.

#### 2) Bagi Pedagang

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam menyajikan informasi yang dapat dijadikan masukan para pedagang dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan jual belinya di masa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Informasi yang tersebut dapat diterapkan dalam mengembangkan Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal para Pedagang.

#### 3) Bagi Pihak Lain



Penelitian ini diharapkan dapat membantu menyediakan bahan bacaan atau referensi untuk pihak lain tentang bagaimana tingkat Religiusitas dan Literasi Halal para Pedagang.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan laporan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan pada berikut ini:

Bab I ini berisikan pendahuluan dijelaskan mengenai garis besar gambaran umum dari penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II berisikan landasan teori yang membahas mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian, kajian pustaka, dan juga hipotesis penelitian.

Bab III ini berisikan metode penelitian yang membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada bab IV ini membahas hasil penelitian dan pembahasan, penulis menyajikan tentang hasil penelitian yang didapat dengan proses penyebaran kuesioner kepada pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto dan pembahasan atas hasil tersebut.

Bab V ini akan dijelaskan mengenai penutup yang mencakup kesimpulan dan saran penulis yang berkaitan dengan penelitian ini.

Bagian akhir terdiri dari daftar Pustaka dan lampiran-lampiran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Religiusitas**

###### **a. Pengertian**

Religiusitas diambil dari bahasa Inggris yaitu “religion” yang memiliki arti agama, yang dijadikan kata sifat “religious” yang artinya saleh atau agamis. Sedangkan “Religi” yaitu percaya terhadap Tuhan, percaya bahwa ada kekuatan yang lebih dari manusia. Kata “Religiusitas” juga diartikan sebagai bentuk pengabdian kepada agama, kesalehan. Religiusitas lebih menilai dari aspek yang berada pada lubuk hati nurani manusia, sikap pribadi yang misterius dikarenakan menafaskan intimitas jiwa, etika rasa yang mencakup totalitas (termasuk rasio dan rasa manusiawi) terhadap pribadi manusia. Oleh sebab itu pada dasarnya religiusitas lebih dari agama yang terlihat resmi serta formal (Muhaimin, 2002: 287).

Keyakinan dalam beragama biasa dilihat dari kemampuan seseorang dalam menghayati, memahami begitu pula dalam mengaplikasikan nilai agama yang diyakininya dalam kehidupan sehari-hari. Manusia memeluk agama berdasarkan apa yang telah diyakininya. Percaya bahwasannya agama agama itu adalah agama yang baik, oleh sebab itu seseorang akan berusaha menjadi penganut yang baik dan keyakinannya itu ditunjukkan dengan sikap serta tingkah laku yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya (Muhaimin, 2002: 288).

Religiusitas sebagai perilaku yang mengikuti sesuai dengan keyakinan (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Religiusitas dapat digambarkan sebagai dedikasi seseorang terhadap nilai-nilai agama yang mereka yakini. Religiusitas adalah bagaimana komitmen seseorang dalam berpegang teguh dalam menjaga serta mengikuti ajaran agamanya (Said, dkk dalam Maharani & Syifa, 2019). Selain

itu, religiusitas dapat juga dicirikan dalam beberapa faktor seperti seberapa luasnya pengetahuan seseorang, kekuatan keyakinannya seberapa kokoh, kemudian kepatuhan seseorang terhadap pelaksanaan kaidah dan ibadah, serta seberapa dalam seseorang menghayati agama yang dianut (Nashori dan Muccharam, 2002:71).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Rasa keberagaman merupakan kondisi internal manusia. Untuk menelaah kondisi internal tersebut, dapat dilihat dari ekspresi dalam bentuk perilaku sebagai indikatornya, dan karena kondisi internalnya tersebut bersifat kompleks. Jalaludin (1997: 60-61) berpendapat terkait faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan ada empat macam, yaitu:

1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor tersebut mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

2) Faktor Pengalaman

Faktor pengalaman berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap-sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

3) Faktor Kehidupan

Faktor kehidupan tersebut mencakup kebutuhan-kebutuhan yang secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

#### 4) Faktor Intelektual

Faktor intelektual berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi religiusitas antara lain adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi - tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.

Kualitas spiritual yang meliputi keyakinan agama menentukan dasar perilaku ekonomi. Pernyataan tersebut menjadi indikator bahwa dimensi agama dalam penekanannya lebih kepada religiusitas yang mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam proses menentukan pilihan pemenuhan kebutuhan dalam kehidupannya. Konsumen akan memilih sesuatu yang memang sesuai dengan kehendak hati dan keyakinannya. Perilaku tersebut pada akhirnya akan dapat menentukan keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Gagasan bahwa religiusitas seseorang dapat mempengaruhi penilaian individu, keyakinan dan perilaku dalam berbagai situasi, akan muncul menjadi intuitif. Religiusitas memiliki pengaruh baik pada sikap dan perilaku manusia. Religiusitas merupakan nilai penting dalam struktur kognitif individu konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku individu.



c. Dimensi Religiusitas

Dalam Islam, bentuk religiusitas yang terpenting merupakan kemampuan seseorang dalam menghayati secara mendalam mengenai Tuhan dan elemen-elemen agama yang diwahyukan. Maka dari itu, religiusitas dapat disebut sebagai konsep yang menjelaskan kondisi suatu keyakinan agama dan spiritualitas yang tidak dapat dipisahkan (Daradjat, 1995). Konsep tersebut dijelaskan dalam lima dimensi religiusitas yang menggunakan acuan teori dari C.Y Glock dan R. Stark bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas (Rahmat, 2003):

1) Dimensi Keyakinan

Dimensi keyakinan adalah dimensi keberagamaan yang erat kaitannya terhadap apa saja yang wajib menjadi suatu keyakinan seseorang, contohnya keyakinan akan adanya Tuhan, malaikat, surga, dan sebagainya. Keyakinan atau doktrin agama merupakan dimensi yang paling mendasar.

2) Dimensi Peribadatan

Dimensi yang memiliki keragaman yang erat kaitannya terhadap rangkaian perilaku, ketika perilaku itu telah ditentukan dalam agama, contohnya tata cara dalam beribadah, pembaptisan, pengakuan dosa, puasa, shalat maupun melakukan ritual-ritual khusus pada hari-hari besar keagamaan.

3) Dimensi Penghayatan

Ialah dimensi yang erat kaitannya terhadap rasa keagamaan yang dirasakan pemeluk agama maupun sejauh mana seseorang bisa menghayati pengalamannya dalam proses kegiatan keagamaan yang dilakukan, contohnya khusyuk ketika beribadah.

4) Dimensi Pengetahuan

Dimensi yang erat kaitannya terhadap pemahaman serta pengetahuan seseorang tentang ajaran agama yang diyakininya.

5) Dimensi Pengamalan

Dimensi yang erat kaitannya terhadap konsekuensi ajaran



agama yang dianutnya serta yang diterapkan melalui sikap dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Literasi Halal

### a. Pengertian Literasi Halal

Menurut Alberta, literasi adalah kemampuan membaca dan menulis, menambah pengetahuan dan keterampilan, berpikir kritis dalam memecahkan masalah, serta kemampuan berkomunikasi secara efektif yang dapat mengembangkan potensi dan berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat (Muniroh, L., Suryana, D., & Budiarto, 2018). Dalam konteks perilaku konsumsi halal, literasi halal dapat diartikan sebagai kemampuan untuk membedakan yang diperbolehkan (halal) dan yang dilarang (haram) baik dari jenis barang maupun jasa yang berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam (Mahardika, 2020). Tidak hanya bersangkutan dengan label halal, produk yang halal atau haram perlu diketahui juga bahan baku dan peralatan yang digunakan dalam produk tersebut halal atau tidak. Literasi halal dapat meningkatkan pemahaman terkait hukum Islam yang lebih baik karena mampu membedakan produk dan jasa yang halal atau haram (Hasanah, 2021).

Salehudin menyebutkan dalam sebuah jurnalnya yang berjudul *Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation* bahwa literasi halal adalah kemampuan membedakan barang dan jasa yang halal dan haram berdasarkan hukum Islam (syariah). Dimana literasi halal merupakan hal penting dalam keputusan pembelian karena sebelum konsumen memakai suatu produk atau layanan, mereka akan melalui proses pengetahuan, persuasi, keputusan dan konfirmasi (Salehudin, 2010). Pengetahuan halal atau dalam hal ini disebut sebagai literasi halal, merupakan satu hal penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Karena sebelum pedagang menjual produknya, mereka tentunya harus berpikir layaknya konsumen yang mengkonsumsi

produk mereka dan selanjutnya diperdagangkan, akan melalui proses pengetahuan, persuasi, keputusan dan konfirmasi. Setiap individu khususnya yang beragama Islam tentu memiliki pengetahuan dasar mengenai halal haram karena pada dasarnya, setiap umat Islam diperintahkan untuk mengkonsumsi yang halal dan tayyib (Lubis, 2019).

b. Kriteria Halal

Masalah halal dan haram dalam Islam memiliki kedudukan yang sangat penting, sebab masalah tersebut meliputi hampir seluruh ajaran Islam. Islam memberikan penjelasan mengenai persoalan-persoalan mana saja yang halal dan mana saja yang haram. Departemen Agama RI (2008) menjelaskan bahwa kriteria halalnya suatu produk yang dikonsumsi dalam islam meliputi:

1) Halal Dzatnya

Suatu produk dapat dikatakan halal dzatnya apabila tidak mengandung DNA Babi dan bahan-bahan yang berasal tradisional dari Babi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ tubuh manusia, darah, dan kotoran.

2) Halal dalam memperolehnya

Cara memperolehnya harus diperhatikan dan tidak boleh melanggar ketentuan dalam agama. Hendaknya makanan dan minuman yang dikonsumsi didapatkan secara halal, bukan dari hasil mencuri atau menipu dan usaha yang merugikan orang lain yang tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam.

3) Halal penyimpanannya

Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan dan proses pengangkutannya tidak boleh terkontaminasi dengan bahan-bahan yang haram. Apabila sedikit saja tercampur dengan bahan yang diharamkan dalam Islam maka tidak halal untuk dikonsumsi.

#### 4) Halal dalam pengangkutannya

Sedangkan halal cara pengolahannya yaitu segala sesuatu yang awalnya diperbolehkan dan halal, namun karena proses pengolahan yang tidak sesuai dengan syariat agama dapat menjadi haram. Misalnya, buah Anggur yang pada dasarnya halal akan tetapi karena diolah menjadi minuman keras yang memabukkan sehingga dapat merusak akal maka ini diharamkan.

#### 5) Halal dalam penyajiannya.

Halal cara penyajiannya, indikator halal secara penyajian ini yaitu tidak terdapat sesuatu yang termasuk dalam benda/makanan najis, kemudian dalam penyajiannya tidak mencampurkan makanan yang halal dengan sesuatu yang belum jelas kehalalannya.

### 3. Kesadaran Halal

#### a. Pengertian

Kesadaran adalah konsep yang menyiratkan pemahaman dan persepsi terhadap suatu peristiwa atau subjek (Aziz & Vui, 2013). Kemudian untuk kesadaran halal adalah tingkat pemahaman dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal (Anggraini & Dewanti 2020). Kesadaran halal merupakan syarat mutlak baik bagi konsumen maupun produsen terhadap suatu produk. Kesadaran halal dalam perspektif industri adalah kesadaran untuk memproduksi produk yang bebas alkohol dan babi serta turunannya, namun lebih luas dan rumit. Kesadaran halal juga merupakan kemampuan seorang muslim untuk memahami apa sebenarnya produk halal itu.

Kesadaran halal dapat menjadi suatu gambaran kualitas umat Islam tentang pemahaman serta praktik yang berkaitan dengan konsep halal. Pemahaman yang didalamnya mencakup apa hukumnya dan bagaimana hukum itu dirancang agar dapat direalisasikan dalam proses produksi untuk memastikan bahwa produk yang diproduksi memenuhi standar halal Islam (Nurcahyo & Hudrasyah, 2017).

b. Indikator

Menurut (Shaari dan Arifin, 2010, serta Yunuz dkk, 2014 dan Efendi, 2020) faktor yang menjadi indikator kesadaran konsumen dalam memilih produk halal adalah sebagai berikut :

- 1) Bahan baku halal Bahan baku halal merupakan salah satu faktor penting yang harus konsumen pahami. Seorang konsumen dalam memilih produknya wajib memiliki pengetahuan atas komposisi bahan baku yang digunakan untuk memastikan kehalalan suatu produk.
- 2) Kewajiban agama Kehalalan suatu produk menjadi prioritas serta kewajiban bagi konsumen muslim dalam menjalankan ketaatan pada agamanya. Oleh sebab itu, kewajiban untuk mengonsumsi produk halal menjadi salah satu tolok ukur dari kesadaran halal konsumen muslim.
- 3) Proses produksi Salah satu indikator dari kesadaran halal adalah pengetahuan akan kehalalan proses produksi. Pengetahuan akan proses produksi dapat diketahui melalui televisi ataupun media internet.
- 4) Kebersihan produk Kebersihan produk merupakan salah satu tolok ukur dari kesadaran halal yang dapat langsung kita cermati pada produk.

5. **Produk Halal**

a. Pengertian Produk Halal

Produk Halal menurut Undang-undang RI Nomor 33 Tahun 2014 adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam. Produk halal adalah produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lain yang dikonsumsi atau digunakan tidak berakibat mendapatkan siksa (dosa) dari Allah SWT. Adapun syarat kehalalan suatu produk yang dikonsumsi meliputi: halal dzatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam memperolehnya, halal mengenai penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya, halal dalam



penyajianya (Departemen Agama RI, 2008 ). Suatu produk dapat dikatakan halal dzatnya apabila tidak mengandung DNA babi dan bahan-bahan yang berasal tradisional dari babi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ tubuh manusia, darah, dan kotoran.

Begitupun dengan cara memperolehnya harus diperhatikan dan tidak boleh melanggar ketentuan dalam agama. Hendaknya makanan dan minuman yang dikonsumsi didapatkan secara halal, bukan dari hasil mencuri atau menipu dan usaha yang merugikan orang lain yang tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan dan proses pengangkutannya tidak boleh terkontaminasi dengan bahan-bahan yang haram. Apabila sedikit saja tercampur dengan bahan yang diharamkan dalam Islam maka tidak halal untuk dikonsumsi. Sedangkan halal cara pengolahannya yaitu segala sesuatu yang awalnya diperbolehkan dan halal, namun karena proses pengolahan yang tidak sesuai dengan syariat agama dapat menjadi haram. Misalnya, buah Anggur yang pada dasarnya halal akan tetapi karena diolah menjadi minuman keras yang memabukkan sehingga dapat merusak akal maka ini diharamkan (Susanti & Mashudi, 2022).

b. Makanan dan Minuman Halal

Makanan dan minuman halal adalah makanan dan minuman yang aman untuk dimakan dan diminum setiap orang menurut hukum Islam. Menurut penjelasan Kementerian Agama, makanan halal adalah segala sesuatu yang diperuntukkan bagi konsumsi manusia yang mengandung bahan-bahan yang halal. Cara paling efektif untuk mengungkapkan rasa syukur kepada Allah SWT adalah dengan mempertimbangkan apakah makanan tertentu itu halal atau haram. Dalam beberapa ayat Al-Quran, Allah SWT dengan jelas memerintahkan manusia untuk selalu mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal.

c. Syarat Kehalalan Produk

- 1) Tidak mengandung babi dan bahan turunan babi.
- 2) Tidak mengandung bahan yang dilarang. Misalnya darah, feses dan zat lain yang berasal dari organ tubuh manusia.
- 3) Masing-masing didistribusikan sesuai dengan hukum Islam dan terbuat dari bahan halal.
- 4) Babi tidak dapat digunakan dengan cara apapun untuk penyimpanan, pejualan, pemrosesan, pengelolaan atau transportasi. Pertama-tama harus dibuang sesuai dengan hukum Islam jika pernah digunakan untuk menyiapkan daging babi, pakan ternak atau barang lain yang tidak halal.
- 5) Makanan dan minuman yang tidak mengandung khamr (Husni, dkk., 2019).

**B. Landasan Teologis**

Kita sebagai umat Islam, hendaknya menaati semua aturan yang telah dituliskan dalam Al-Quran maupun Sunnah-Nya. Hal tersebut dapat dikecualikan, karena Allah telah memberikan *rukhsah* ketika sedang dalam keadaan yang terpaksa. Namun, tidak hanya sebatas itu karena sesungguhnya Allah telah mengatur batasan-batasan dari makanan maupun minuman yang ketika dikonsumsi melampaui batas, maka akan menjadikan makanan tersebut haram hukumnya (Hidayat, 2021). Ajaran Islam berkaitan dengan halal dan haram meliputi seluruh kegiatan manusia, terutama yang berkaitan dengan produksi dan konsumsi, baik dalam hal kekayaan maupun makanan. Selain itu, halal dan haram juga berkaitan dengan perilaku atau aktivitas ekonomi atau muamalah, seperti jual beli, sewa menyewa, praktik riba dan yang lain.

**1. Religiusitas**

Dalam Islam, menurut Daradjat (1995) bahwa wujud religiusitas yang paling penting adalah seseorang dapat merasakan dan mengalami secara batin tentang Tuhan, hari akhir dan komponen agama yang lain. Dengan demikian religiusitas merupakan sebuah konsep untuk

menjelaskan kondisi religiusitas dan spiritualitas yang tidak dapat dipisahkan. Konsep religiusitas dalam Al-Quran dijabarkan secara jelas melalui nilai-nilai ketauhidan. Dimana nilai tauhid tersebut tergambar pada kepercayaan atas keesaan Allah, sebagai Pencipta Semesta, Yang Maha Mulia, Maha Perkasa, Maha Abadi, dan seluruh sifat-Nya yang agung seperti termaktub dalam ayat-ayat Al-Quran. Apabila rasa percaya terhadap kekuasaan Allah atau percaya bahwa Allah itu maha besar sudah diada, maka semua perintah Allah akan mempunyai pengaruh yang besar untuk kehidupan para umat-Nya. Pengaruh itulah yang akan mengalir seluruh sendi-sendi hidup manusia, serta menyatu pada budaya yang khas atas masing-masing umat serta menjadi elemen inti dari setiap manusia.

Dengan demikian seluruh tindakan dan aktivitas yang dilakukan harus dikarenakan atas izin Allah. Bukan hanya dalam beribadah namun juga pada kegiatan yang dilakukan di dunia. Religiusitas memiliki arti komitmen penuh terhadap Allah dan percaya bahwa tiada Tuhan selain Allah, serta kita tidak akan membiarkan tujuan maupun segala tindakan kita terpecah menjadi dua tujuan yaitu kehidupan dunia dan kehidupan akhirat. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 208 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Yang mempunyai arti “wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah ayat 208).

Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia mentafsirkan Q.S. Al-Baqarah ayat 208 menjadi wahai orang-orang yang beriman kepada Allah sebagai Tuhan dan kepada Muhammad sebagai nabi dan rasul, serta kepada Islam sebagai agama, Masuklah ke Seluruh ajaran syariat Islam dengan mengamalkan seluruh hukumnya, dan jangan kalian tinggalkan barang sedikitpun darinya, dan jangan kalian mengikuti jalan-jalan setan,

berupa maksiat maksiat yang iya mengajak kalian kepadanya. sungguh nya setan itu musuh yang nyata permusuhan nya kepada kalian, maka berhati-hatilah terhadap nya.

Kata *as-silm* atau *as-salm* pada ayat tersebut memiliki arti Islam. Lakukanlah Islam secara menyeluruh (maksimal), tidak setengah-setengah, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan yang membuat sesat dan memecah belah kamu. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu. Seseorang yang mengkonsumsi produk halal berarti telah menjaga dirinya serta keluarganya melakukan amal sholih, sebab produk halal yang dikonsumsi tersebut akan memberikan dampak dalam keseharian sebagai seorang muslim. Pengaruh religiusitas terhadap minat konsumsi produk halal sendiri juga selaras dengan firman Allah SWT. dalam Q.S Al-Mu'minin ayat 51 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: “Wahai para rasul, makanlah dari (makanan) yang baik-baik dan beramal salehlah. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Mu'minin : 51)

Tafsir Al-Mukhtashar atau Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid, Imam Masjidil Haram: “Wahai para Rasul. Makanlah dari makanan yang Aku halalkan lagi baik bagi kalian, dan kerjakanlah amal saleh yang sesuai ajaran syariat. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui setiap amalan kalian, dan tidak ada satu pun amal kalian yang tersembunyi dari-Ku”.

Berdasarkan ayat diatas Allah SWT. memerintahkan para rasul-Nya untuk mengkonsumsi makanan halal yang disertai dengan melakukan kebajikan dalam ajaran agama islam. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa dalam melakukan usaha seorang muslim yang menjual makanan dan minuman yang baik, dilandaskan pada keyakinan serta kepercayaan terhadap ajaran agama islam karena Allah SWT mengetahui segala perbuatannya.



## 2. Literasi Halal

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya (Muthia Aulia, 2018). Salehudin menyebutkan dalam sebuah jurnalnya yang berjudul *Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation* bahwa literasi halal merujuk pada suatu kemahiran dalam memahami perbedaan antara produk baik yang halal maupun haram berdasarkan hukum Islam atau syariat. Dimana literasi halal merupakan hal penting dalam keputusan pembelian karena sebelum konsumen maupun pedagang ketika akan memakai suatu produk atau layanan, mereka akan melalui proses pengetahuan, persuasi, keputusan dan konfirmasi. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT tentang Jual Beli dan Larangan Menjual Barang Haram dalam surat Q.S. Al-Maidah ayat 90 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras (khamar), berjudi (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan,*” (Q.S. Al-Ma’idah: 90).

Tafsir Al-Wajiz / Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqih dan tafsir negeri Suriah: “Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman yang memabukkan, berbagai jenis perjudian, berhala yang dipahat untuk disembah, dan mengundi nasib dengan anak panah (tongkat untuk perjudian) adalah najis dan keburukan yang kotor seperti bangkai. khamr, perbuatan kotor seperti perjudian, dan perbuatan lain yang disebutkan setelahnya di ayat ini, maka tinggalkanlah dan jauhilah sejauh-jauhnya. Hal ini menunjukkan suatu pengharaman dan menakut-nakuti agar tidak melakukannya, seperti perintah Al-Qur’an untuk menjauhi

kesyirikan, menyembah berhala, dan bersaksi palsu, supaya kalian bisa memenangkan kebahagiaan dan ketenangan di dunia, dan memenangkan surga beserta kenikmatannya di akhirat. Ayat ini turun karena Sa'd bin Abi Waqash yang meminum khamr sebelum adanya pengharaman khamr, dan bertengkar dengan seorang laki-laki karena keduanya minum (khamr), atau karena ucapannya: "Orang-orang Muhajirin lebih baik daripada orang Anshar," lalu temannya memukulnya menggunakan kulit kepala unta dan menyakiti hidungnya, kemudian turunlah ayat ini untuk keduanya".

Sebagai pedagang yang tentunya menjadi konsumen muslim diarahkan dengan tegas dalam memperhatikan tingkah laku penggunaan mereka. Walau bagaimanapun, individu Muslim mungkin mempunyai tahap kepatuhan yang berbeda terhadap arahan tersebut. Perbedaan pada kepatuhan tersebut dijelaskan oleh perbedaan tingkat literasi halal pada setiap individu (Salehudin, 2010). Dengan demikian, literasi halal merupakan kemampuan seseorang menggabungkan seperangkat pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan untuk membedakan antara barang dan jasa halal dan haram berdasarkan hukum Islam.

### **3. Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman**

Seorang muslim yang meyakini ajaran dalam agama islam akan paham bahwa melakukan konsumsi produk halal dan menjauhi produk haram merupakan suatu kewajiban bagi seorang muslim, sehingga sudah sepantasnya seorang muslim menjadikan produk halal sebagai prioritas utama dalam melakukan konsumsi sebab, dalam Al-Quran telah diterangkan dengan jelas bahwa melakukan konsumsi produk halal akan menghindarkan diri dari kemudharatan, mendatangkan keberkahan, serta melancarkan kegiatan beragama. Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal (Anggraini & Dewanti 2020). Kesadaran halal dapat menjadi tolak ukur pemahaman seorang muslim terhadap isu-isu yang berkaitan dengan konsep makanan yang mengedepankan kesehatan, kehalalan, serta makanan yang dijamin baik. Kesejahteraan manusia terjamin karena

terkait erat adanya konsep tersebut. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT. dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 172 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ  
كُذِّبْتُمْ إِلَيْهِ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik (halal), yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu benar-benar hanya kepada-NYA kamu menyembah.”(Q.S. Al-Baqarah (2): 172)

Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia: “Wahai orang-orang yang beriman Makanlah dari makanan-makanan yang lezat lagi halal yang telah kami rizkikan kepada kalian, dan janganlah kalian berbuat seperti orang-orang kafir yang mengharamkan makanan yang baik-baik dan menghalalkan makanan makanan yang menjijikan. Dan bersyukurlah kepada Allah atas nikmat-nikmatnya yang agung yang diberikan kepada kalian dengan hati, lisan dan anggota tubuh kalian, jika kalian memang orang-orang yang betul-betul tunduk kepada perintah Nya, mendengar lagi taat kepada Nya, beribadah kepada Nya saja tanpa menyekutukan sesuatu apapun dengan Nya”.

Surat diatas menjelaskan bahwa mengkonsumsi barang yang halal (thayib) sudah menjadi suatu keharusan bagi seorang yang beriman serta selalu bersyukur atas rezeki yang didapat sebagai upaya meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT. Rezeki yang didapat tersebut tentunya harus didapat secara halal, maka dari itu jika rezeki yang didapat dengan berdagang harus memperhatikan barang yang dijual juga, agar tidak ada kecurangan dengan menjual barang yang haram. Sesuai hadist Hadist dari Ibnu Abbas, Nabi SAW bersabda tentang jual beli dan barang yang diperjualbelikan. Dalam HR Ahmad dan Abu Dawud yang berbunyi:

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَعَنَ اللَّهُ الْيَهُودَ  
حُرِّمَتْ عَلَيْهِمُ الشُّحُومُ فَبَاعَوْهَا وَ أَكَلُوا أَثْمَانِهَا وَإِنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ عَلَى  
قَوْمٍ أَكَلَ شَيْئٍ حَرَّمَ عَلَيْهِمْ ثَمَنَهُ



Artinya: Dari Ibnu Abbas, Nabi SAW bersabda: “Allah melaknat orang-orang Yahudi, karena telah diharamkan kepada mereka lemak-lemak (bangkai) namun mereka menjualnya dan memakan hasil penjualannya. Sesungguhnya Allah jika mengharamkan kepada suatu kaum memakan sesuatu, maka haram pula hasil penjualannya”.

### C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kajian mengenai beberapa hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang akan peneliti teliti, baik itu kegiatan mendalam, mencermati, menelaah serta mengidentifikasi pengetahuan, atau beberapa hal yang telah ada dengan tujuan agar mengetahui apa yang sudah ada maupun yang tidak ada. Kegunaan dari kajian pustaka ini adalah agar dapat membedakan antara penelitian yang akan diteliti dengan hasil penelitian terdahulu (Priyono, 2016).

Dalam penelitian ini terdapat kajian Pustaka yang dilakukan oleh peneliti dengan mencari penelitian terdahulu. Terkait pencarian tersebut berdasarkan dari penelitian di dalam skripsi, tesis maupun jurnal terdahulu yang berfungsi sebagai referensi dan eksplorasi mendalam untuk melakukan penelitian berkaitan dengan pengaruh religiusitas dan literasi halal terhadap kesadaran halal pedagang. Penelitian terdahulu juga menjadi rujukan agar peneliti dapat menemukan celah yang sebelumnya tidak pernah diteliti. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang telah dilakukan yang menjadi acuan penelitian ini:

**Tabel 2.1**

#### Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Irwan Habibi Hasibuan, Yuswar Z. Basri, dan Akhmad Affandi Mahfudz (2021)  “Pengaruh Religiusitas dan Orientasi Masalah terhadap Kesadaran	Religiusitas dalam penelitian ini ditemukan sebagai variabel yang secara signifikan mempengaruhi Kesadaran Halal dan juga Kepuasan. Sedangkan variabel Religiusitas tidak	Pada penelitian yang akan dilakukan pada variabel independen yang sama adalah Variabel Religiusitas, terdapat perbedaan pada variabel Literasi Halal. Untuk variabel dependen yang



	Halal, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Makanan Berlabel Halal”	memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Loyalitas. Orientasi Masalah dalam penelitian ini hanya pengaruh variabel yang sangat kuat terhadap Kepuasan namun tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan baik terhadap Kesadaran Halal maupun terhadap Loyalitas.	digunakan adalah Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.
2.	Wisnu Mahendri, Junianto Tjahjo Darsono, dan Achmad Firdiansjah (2020)  “Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Kesadaran Halal pada Konsumen Islam KFC Jombang”	Religiusitas serta Label Halal terhadap Kesadaran halal berpengaruh secara signifikan. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik religiusitas seorang muslim dan label halal Majelis Ulama Indonesia akan semakin meningkatkan Kesadaran Halal seorang muslim. Dalam penelitian tersebut, Keputusan Pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh Religiusitas dan Label Halal.	Pada penelitian yang akan dilakukan pada variabel independen yang sama adalah Variabel Religiusitas, terdapat perbedaan pada variabel Literasi Halal. Dan untuk variabel dependen yang digunakan adalah Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.
3.	Farida Diyan Pertiwi, Rafika Tri Cahya, Dewi Hurwardani (2022)  “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kesadaran Halal pedagang Muslim di pasar Tradisional Malang dipengaruhi oleh Sertifikasi Halal dan	Pada penelitian yang akan dilakukan pada variabel independen adalah variabel Religiusitas dan Literasi Halal. Dan untuk variabel dependen yang

	<p>Sertifikasi Halal terhadap Ketertelusuran Halal Dengan Kesadaran Halal Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pedagang Muslim di Pasar Tradisional Malang)”</p>	<p>Religiusitas. Namun untuk variabel Pengetahuan tidak mempengaruhi Kesadaran Halal. Penelitian tersebut juga mendapatkan hasil bahwa Kesadaran Halal serta Ketertelusuran halal berpengaruh terhadap pedagang Muslim.</p>	<p>digunakan adalah Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.</p>
4.	<p>Risma Evinda Yuleha dan Mochamad Reza Adiyanto (2022)  “Faktor-Faktor (Aktivitas Ibadah, Pengetahuan Tentang Pangan Halal, Keyakinan Tentang Pangan Halal, Alasan Kesehatan, dan Label Halal) yang Mempengaruhi Halal Awareness Pelaku Usaha Pangan di Pulau Madura”</p>	<p>Hasil Penelitian tersebut menyebutkan aktivitas ibadah, pengetahuan tentang pangan halal, label halal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Sedangkan alasan kesehatan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, dan keyakinan tentang pangan halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Tingkat Kesadaran Halal pelaku usaha pangan sebesar 98% dimana 98 responden tersebut mengetahui sertifikasi-labelisasi halal yang tertera pada produk pangan. Berdasarkan uji Kesadaran Halal pelaku usaha pangan 51,9% dipengaruhi oleh aktivitas ibadah, pengetahuan tentang pangan halal, keyakinan tentang pangan halal, alasan</p>	<p>Pada penelitian yang akan dilakukan pada variabel independen yang sama adalah variabel Literasi Halal atau sama dengan pengetahuan tentang pangan halal dan terdapat perbedaan pada variabel Religiusitas. Dan untuk variabel dependen yang digunakan adalah Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.</p>

		kesehatan, dan label halal.	
5.	<p>Imbang Dwi Alam (2021)</p> <p>“Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Halal Masyarakat Pada Produk Makanan Cepat Saji McDonald’s.”</p>	<p>Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa empat variabel independen pada penelitian tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran halal pada produk McDonald’s.</p>	<p>Pada penelitian yang akan dilakukan pada variabel independen yang sama adalah Variabel Religiusitas. Namun terdapat perbedaan pada variabel Literasi Halal.</p> <p>Dan untuk variabel dependen yang digunakan adalah Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.</p>
6.	<p>Andi Athifah Amaliah (2020)</p> <p>“Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016-2019 Uin Alauddin Makassar)”</p>	<p>Penelitian memperoleh hasil bahwa ketiga variabel independen pada penelitian tersebut berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kesadaran konsumen pada produk halal dengan masing-masing nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05.</p>	<p>Pada penelitian yang akan dilakukan pada variabel independen adalah variabel Religiusitas dan Literasi Halal.</p> <p>Dan untuk variabel dependen yang digunakan adalah Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.</p>
7.	<p>Dani Kusumastuti (2020)</p> <p>“Minat Beli Produk Halal di Indonesia, Studi Pemetaan Sistematis.”</p>	<p>Mengindikasikan masyarakat Indonesia menunjukkan minat beli yang signifikan terhadap pembelian komoditas halal. Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat beli tersebut, dimana dalam faktor internal antara lain yaitu religiusitas dan kesadaran halal,</p>	<p>Pada penelitian yang akan dilakukan pada variabel independen adalah variabel Religiusitas dan Literasi Halal.</p> <p>Dan untuk variabel dependen yang digunakan adalah Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim.</p>

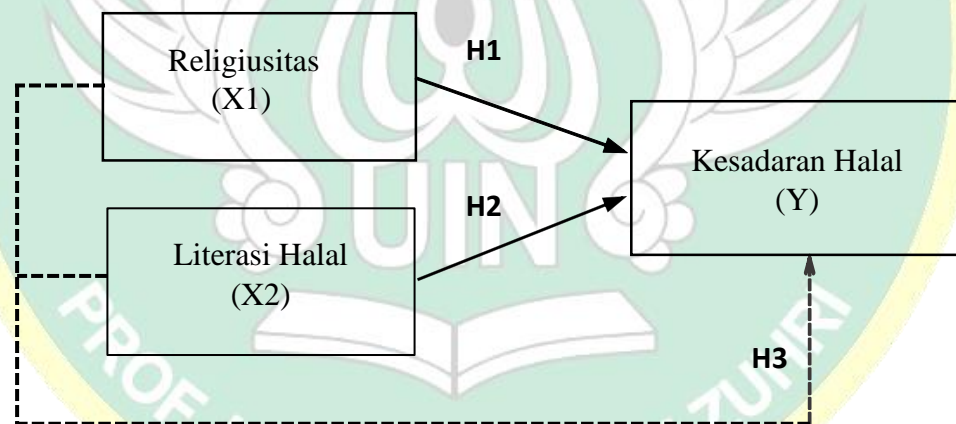
		sedangkan dalam faktor eksternal seperti adanya sertifikasi atau label halal.	
--	--	---	--

#### D. Kerangka Penelitian

Kerangka berfikir juga biasa disebut dengan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan antar berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis tautan antar variabel-variabel yang akan diteliti. Maka, secara teoritis akan dijelaskan hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Berikut kerangka penelitian pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto:

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Konseptual Penelitian**



Keterangan:

—————→ : menunjukkan pengaruh secara parsial

- - - - -→ : menunjukkan pengaruh secara simultan

Dari gambar 2.1 diatas menjelaskan terdapat dua variabel independen diantaranya yaitu Religiusitas (X1) dan Literasi Halal (X2) serta terdapat satu variabel dependen yaitu Kesadaran Halal (Y).



## E. Hipotesis

Hipotesis adalah sesuatu yang dianggap benar, namun masih perlu diteliti lagi kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini dibuat berdasarkan kerangka teori dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya :

1. Pengaruh Religiusitas terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wisnu Mahendri, Junianto Tjahjo Darsono, dan Achmad Firdiansjah (2020) mengungkapkan bahwa Kesadaran Halal dipengaruhi oleh salah satunya dari faktor yaitu Religiusitas. Yang berarti semakin baik Religiusitas seorang muslim dan akan semakin meningkatkan Kesadaran Halal umat muslim. Begitu juga pada hasil penelitian Irwan H. H., Yuswar Z. B., Akhmad A. M. (2021) dimana Religiusitas ditemukan sebagai variabel yang secara signifikan mempengaruhi Kesadaran Halal. Sehingga peneliti mengambil hipotesis: H<sub>1</sub>: Religiusitas berdampak secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

2. Pengaruh Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Risma Evinda Yuleha dan Mochamad Reza Adiyanto (2022) mengungkapkan bahwa variabel Literasi Halal atau pengetahuan tentang pangan halal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kesadaran Halal pada pelaku usaha pangan di Kota Madura. Sehingga peneliti mengambil hipotesis:

H<sub>2</sub>: Literasi Halal berdampak secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

3. Pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman

Berdasarkan hipotesis satu dan dua yang telah dijelaskan diatas maka peneliti mengambil hipotesis ketiga dengan variabel Religiusitas dan

Literasi Halal secara bersama-sama yaitu:

H<sub>3</sub>: Variabel Religiusitas dan Literasi Halal berdampak secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan ini adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang diterapkan pada suatu populasi atau sampel dimana dalam proses menelitinya membutuhkan sebuah instrumen untuk mengumpulkan data kemudian hasilnya dianalisis secara statistik. Penelitian jenis ini bertujuan untuk menguji hipotesis apakah mendukung teori yang ada atau sebaliknya. Menguraikan secara akurat situasi individu, karakteristik atau sekelompok tertentu (Sugiyono, 2017).

Dalam analisis data, penelitian ini adalah analisis data asosiatif yang dimana peneliti hendak menguji hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif merupakan telaah terhadap hubungan secara signifikan atau tidaknya antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Dari pengertian tersebut, dapat disebutkan bahwa penelitian ini akan menguji ada tidaknya hubungan secara signifikan antara dua variabel independen, yaitu variabel Religiusitas dan Literasi Halal dengan 1 variabel dependen yaitu Kesadaran Halal.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto, Kabupaten Banyumas dan akan dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan bulan September 2023

#### **C. Populasi Penelitian**

Populasi merujuk pada sekelompok individu yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang terdiri dari objek/subjek kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan selanjutnya disimpulkan (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto yang sebanyak 150 Pedagang (Sigit Djokopurnomo, wawancara pada 9 April 2023). Kemudian penulis mengobsevasi kembali terkait jumlah pedagang dan jumlahnya adalah 148. Jumlah pedagang Muslim makanan dan minuman

pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto tersebut relatif bisa berkurang ataupun bertambah, tergantung kehadiran pedagang. Adapun pedagang tetap, yang dimaksud pedagang tetap disini yaitu mereka yang berjualan tidak hanya saat *Sunday Morning* saja. Melainkan setiap pagi dalam seminggu memang selalu berjualan, lokasinya yaitu di depan bangunan pintu masuk GOR Satria Purwokerto sebelah Barat hingga pintu GOR Satria Purwokerto sebelah Timur. Total pedagang bisa mencapai dua puluh enam pedagang dan di dominasi dengan kulineran atau makanan.

#### D. Sampel Penelitian

Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu teknik *non-Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. *Non-Probability Sampling* adalah penentuan sampel dimana tidak memberikan peluang atau kesempatan pada setiap anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. *Purposive Sampling* menurut Sujarwati (2021) adalah suatu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pedagang Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto yang beragama Islam.

Untuk mengetahui jumlah sampel minimal yang akan digunakan menggunakan teknik slovin karena jumlah populasi dapat diketahui, dengan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{150}{(1+(150 \times (5\%)^2))}$$

$$n = \frac{150}{1,375}$$

$$n = 109,090909 = 110$$

Dari hasil perhitungan rumus slovin dan menggunakan taraf signifikansi 5%, untuk responden yang diambil adalah 110 responden.



## E. Variabel dan Indikator Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian adalah sifat dari seseorang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu dan peneliti menetapkan, mempelajari serta menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Variabel dalam penelitian ini adalah:

#### a. Variabel Independen (X)

Variabel independen disebut juga variabel X. Variabel independen adalah variabel yang memberikan pengaruh atau memiliki kemungkinan berdampak pada variabel lain (Sugiyono, 2017). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah Religiusitas (X1) dan Literasi Halal (X2).

#### b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut sebagai variabel Y. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2017). Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah Kesadaran Halal (Y).

### 2. Indikator Penelitian

**Tabel 3.1**  
**Indikator Penelitian**

Variabel	Teori	Indikator
Religiusitas	Menurut Glock & Stark (1965) Religiusitas merupakan suatu bentuk kepercayaan dimana terdapat penghayatan dalam kehidupan sehari-hari dengan menginternalisasi ke dalamnya.	a. Keyakinan atau akidah Islam b. Peribadatan (praktek agama) c. Penghayatan atau eksperiensial d. Pengetahuan e. Pengalaman atau konsekuensi
Literasi Halal	Wicaksono dan Astutik (2020) menyebutkan literasi halal merupakan tingkat pemahaman umat islam	a. Pengetahuan hukum halal b. Pemahaman produk halal

	dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal.	c. Kelayakan produk halal d. Mengetahui bahan-bahan yang teruji kehalalannya
Kesadaran Halal	Shaari dan Arifin (2010) menyatakan kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen Muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam.	a. Perolehan bahan baku halal b. Kewajiban syariat Agama. c. Proses produksi d. Kebersihan Produk

## F. Subjek dan Objek Penelitian

### a. Subjek

Subjek yang digunakan adalah Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* Gor Satria Purwokerto.

### b. Objek

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesadaran Halal berupa Religiusitas dan Literasi Halal.

## G. Sumber Data Penelitian

Sumber data dari penelitian ini didapatkan melalui data primer yang diperoleh secara langsung dari pedagang Muslim makanan dan Minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Dimana menurut Sugiyono (2015) data primer merupakan data yang peneliti peroleh langsung dari sumber data untuk keperluan tertentu. Pada penelitian ini terdapat 110 data primer yang merupakan data hasil kuesioner yang ditunjukkan kepada pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* Gor Satria Purwokerto.

## H. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner (Angket)

Nazir (2009: 203) berpendapat bahwa kuesioner (daftar pertanyaan) merupakan sekumpulan kalimat tanya yang logis mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Daftar pertanyaan yang lengkap serta mendetail dan jawaban yang lengkap dapat menguji hipotesis. Kuesioner dapat dikatakan

sebagai suatu teknik penelitian yang memiliki banyak persamaan dengan wawancara, kecuali pada pelaksanaan penelitiannya (Ali & Mohammad, 1987). Penulis akan menggunakan metode ini agar mendapatkan data dari responden dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran konsumen menggunakan kosmetik halal.

Teknik pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan alternatif jawaban responden yang telah disediakan oleh peneliti, berdasarkan Skala Likert lima titik versi asli dari Dr. Rensis Likert (Hendriyani dan Suryani, 2015). Setiap butir pertanyaan atau kuesioner dalam variabel penelitian memiliki lima tingkat dengan masing masing skor nilai yaitu:

- a. Skala 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Skala 2 : Tidak Setuju (TS)
- c. Skala 3 : Cukup Setuju (CS)
- d. Skala 4 : Setuju (S)
- e. Skala 5 : Sangat Setuju (SS)

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Untuk mengukur apakah suatu instrumen penelitian sudah tepat digunakan dalam mengukur objek penelitian. Hasil dari uji validitas diperoleh apakah suatu instrumen data valid atau tidak valid yaitu dengan membandingkan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Kriterianya apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen valid dan sebaliknya.

#### b. Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan konsistensi jawaban dari beberapa instrumen yang diuji. Apabila setelah dilakukan pengujian

berkali-kali dan jawaban stabil maka dapat dikatakan instrumen yang digunakan bersifat *reliable*.

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis untuk mengetahui secara signifikan dari masing-masing variabel terkait dalam model penelitian. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Korelasi Rank Spearman, Koefisien Konkordansi Kendall W dan Regresi Ordinal.

### a. Korelasi Rank Spearman

Korelasi Rank Spearman mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi di antara 2 variabel. Di mana digunakan dalam mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berskala ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama. Rumus koefisien korelasi rank spearman :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

$r_s$  = koefisien korelasi rank spearman

n = jumlah sampel

$d^2$  = perbedaan ranking pada x dan y

### b. Koefisien Konkordansi Kendall W

Pengujian dilakukan agar menemukan hubungan atau korelasi antara dua variabel independen yaitu Religiusitas dan Literasi Halal dengan satu variabel dependen yaitu Kesadaran Halal, dimana masing-masing variabel berskala ordinal.

Rumus Koefisien Konkordansi Kendall W yang digunakan sebagai berikut :

$$W = \frac{S}{\frac{1}{1} k^2 (N^3 - N)}$$



$$S = \sum \left( R_j - \frac{\sum R_j}{N} \right)^2$$

Keterangan :

W = Koefisien Konkordansi Kendall W

K = banyaknya variabel

N = banyaknya sampel

R<sub>j</sub> = jumlah ranking yang diberikan

S = jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean R<sub>j</sub>

c. Regresi Ordinal

Digunakan untuk menganalisis data dengan skala pengukuran minimal ordinal. Tujuan analisis ini adalah untuk mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam model dapat berupa campuran antara variabel diskrit dan kontinu serta tidak memiliki asumsi normalitas (Kuncoro, 2007).

Persamaan matematika regresi logistik sebagai berikut:

$$\text{logit}(p_1) = \text{Log} \frac{p_1}{1 - p_1} = a_1 + \beta X$$

$$\text{logit}(p_1 + p_2) = \text{Log} \frac{p_1 + p_2}{1 - p_1 - p_2} = a_1 + \beta X$$

$$\begin{aligned} \text{logit}(p_1 + p_2 + \dots + p_k) &= \text{Log} \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1 - p_1 - p_2 - \dots - p_k} \\ &= a_1 + \beta X \end{aligned}$$

Keterangan:

P1 : Probabilitas rendah

P2 : Probabilitas sedang

P3 : Probabilitas tinggi

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

##### 1. Pedagang Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang. Sedangkan menurut kamus Ekonomi, pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perdagangan pada prinsipnya adalah pertukaran suatu komoditas dengan komoditas lain yang berbeda atau komoditas satu dengan alat tukar berupa uang.

Secara bahasa, dikenal istilah al-bay<sup>u</sup> dan asy-syira<sup>u</sup>. Al- Bay<sup>u</sup> berarti saling menukar sebagai lawan dari asy-syira<sup>u</sup> yang berarti membeli. Kata Al- Bay<sup>u</sup> kadang-kadang berarti asy-syira<sup>u</sup> dan sebaliknya yang berarti jual beli karena sesuatu yang dijual otomatis dibeli oleh pihak lain. Secara definisi syariah, perdagangan atau jual beli adalah tukar menukar suatu harta dengan harta sebagai pengalihan kepemilikan melalui jalan saling meridhoi. Definisi ini mengandung pengertian yang mencakup segala bentuk tukar-menukar, baik barang dengan barang atau barter, barang dengan uang atau perdagangan dengan alat tukar, ataupun uang dengan uang yaitu pertukaran mata uang (Yusanto & Yunus, 2011).

Di kawasan GOR Satria Purwokerto terdapat pasar yang beroperasi setiap hari Minggu yang dikenal dengan nama Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Adanya Pasar tersebut membuat GOR di minggu pagi menjadi magnet baru bagi masyarakat di wilayah Banyumas dan sekitarnya. Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto merupakan pasar dibawah pengawasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas yang terletak di Kecamatan Purwokerto Timur, tepatnya berada di Jalan Dr. Soeharso yang sengaja ditutup oleh Pemerintah Daerah bagi kendaraan dan hanya diperuntukkan bagi pejalan

kaki dan pedagang mulai pukul 07.00 – 10.00 WIB. dengan panjang jalan kurang lebih satu kilometer dan lebar jalan sembilan meter. Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto telah berjalan selama 13 tahun lamanya sehingga membuat Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto menjadi pasar terbesar di Jawa Tengah. Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto menjadi pasar kaget setiap Mingguya. Berbagai penjual datang berbondong-bondong menggelar lapak, mulai dari berjalan pakaian, makanan, mainan, hewan peliharaan dan lain sebagainya.

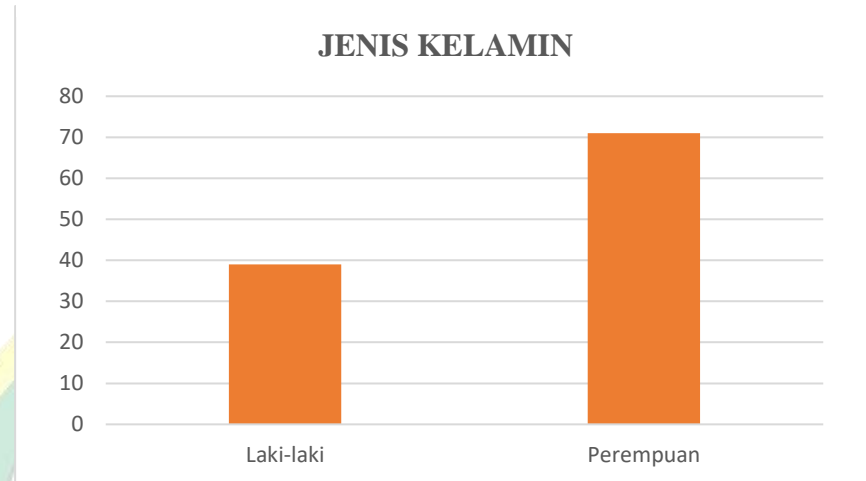
Jumlah pedagang di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto sebanyak  $\pm 500$  Pedagang, dan untuk pedagang makanan dan minuman sebanyak 150 Pedagang. Peneliti melihat setiap pedagang makanan dan minuman mayoritasnya beragama Islam. Maka dari itu subyek yang akan dijadikan dalam penelitian ini yaitu Pedagang muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung ke lapangan yang diberikan kepada para responden.

## **B. Karakteristik Responden**

Dalam proses penelitian berdasarkan pada penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dan memperoleh data berjumlah 110 responden. Penyebaran kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah nama responden, jenis kelamin, usia, produk usaha dan lama usaha. Berikut ini hasil dari identifikasi karakteristik responden yang telah dikumpulkan berdasarkan hasil dari kuesioner yaitu :

## 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Gambar 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

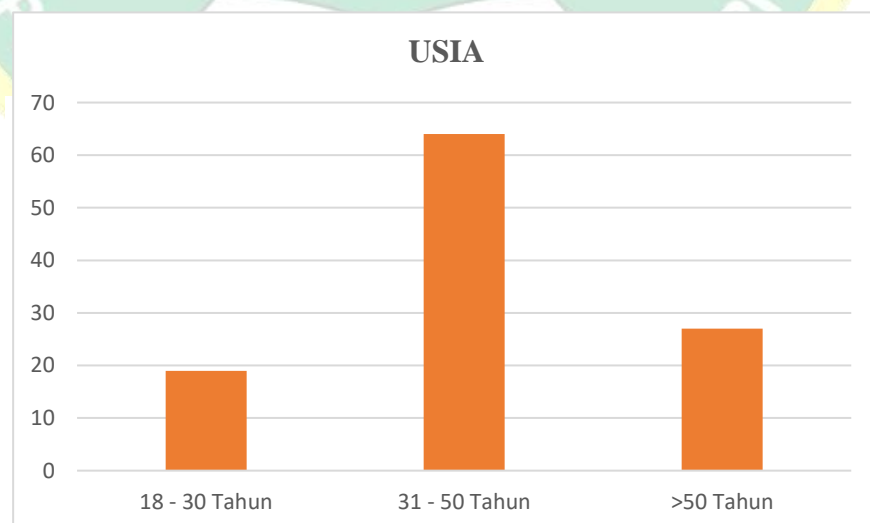


Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dapat dilihat berdasarkan gambar 4.1 bahwa jumlah responden penelitian berjenis kelamin laki-laki berjumlah 39 orang, kemudian responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 71 orang. Dari gambar tersebut maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Gambar 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023



Dapat dilihat pada gambar 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, terdapat responden penelitian usia dari 18 – 30 Tahun dengan jumlah 19 orang, kemudian responden antara usia 31 – 50 Tahun dengan jumlah 64 orang, kemudian responden berusia lebih dari 50 Tahun dengan jumlah 27 orang. Dari gambar tersebut maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini dengan rentang usia 31 – 50 Tahun.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Kecamatan

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Kecamatan**

No.	Kecamatan	Total
1	Baturraden	16
2	Cilongok	3
3	Jatilawang	1
4	Karanglewas	4
5	Kalibagor	1
6	Kedungbanteng	4
7	Kembaran	8
8	Patikraja	2
9	Purwokerto Selatan	18
10	Purwokerto Timur	34
11	Purwokerto Utara	5
12	Rawalo	2
13	Sokaraja	7
14	Sumbang	3
15	Tambak	2
<b>Total</b>		<b>110</b>

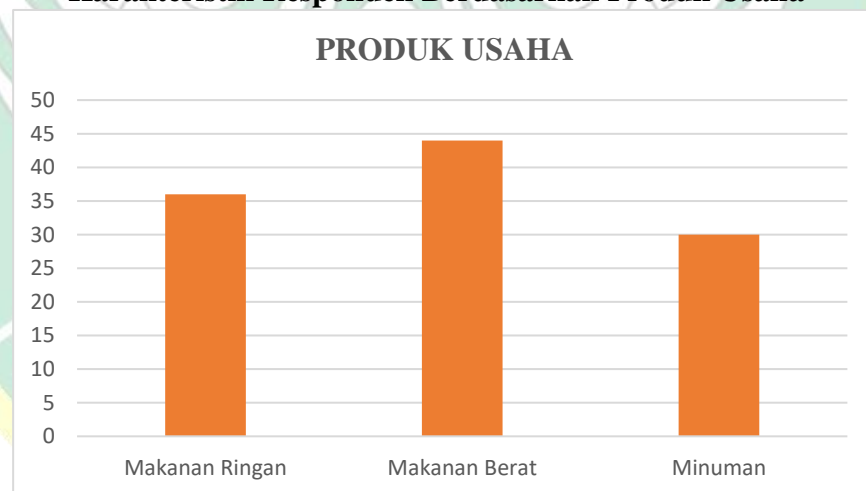
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dapat dilihat pada Tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan Alamat Kecamatan, terdapat responden penelitian yang berasal dari kecamatan Baturraden dengan jumlah 16 orang, kemudian responden penelitian yang berasal dari kecamatan Cilongok dengan jumlah 3 orang, lalu responden penelitian yang berasal dari kecamatan Jatilawang dengan jumlah 1 orang, selanjutnya responden penelitian yang berasal dari kecamatan Karanglewas dengan

jumlah 4 orang, adapula responden penelitian yang berasal dari kecamatan Kalibagor dengan jumlah 1 orang, dari kecamatan Kedungbanteng dengan jumlah 4 orang, dari kecamatan Kembaran dengan jumlah 8 orang, dari kecamatan Patikraja dengan jumlah 2 orang, dari kecamatan Purwokerto Selatan dengan jumlah 18 orang, dari kecamatan Purwokerto Timur dengan jumlah 34 orang, dari kecamatan Purwokerto Utara dengan jumlah 5 orang, Rawalo dengan jumlah 2 orang, dari kecamatan Sokaraja dengan jumlah 7 orang, dari kecamatan Sumbang dengan jumlah 3 orang, dan yang terakhir responden penelitian dari kecamatan Tambak dengan jumlah 2 orang. Dari gambar tersebut maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari Kecamatan Purwokerto Timur.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Usaha

**Gambar 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Usaha**

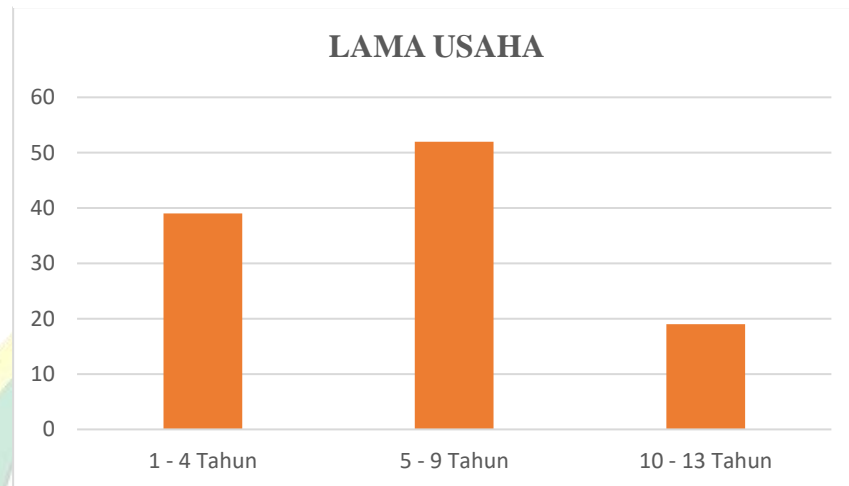


Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dapat dilihat pada gambar 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan Produk Usaha, terdapat responden penelitian yang menjual makanan ringan dengan jumlah 36 orang, kemudian responden menjual produk makanan berat dengan jumlah 44 orang, kemudian responden menjual produk minuman dengan jumlah 30 orang. Dari gambar tersebut maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki produk usaha makanan berat.

## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

**Gambar 4. 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha**



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dapat dilihat pada gambar 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan Lama Usaha, terdapat 39 usaha yang berjalan dari 1 – 4 Tahun. ada 52 usaha yang telah berjalan 5 – 9 Tahun, serta terdapat 19 usaha yang berjalan selama 10 – 13 Tahun. Dari gambar tersebut maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini telah berjalan selama 5 – 9 Tahun.

### C. Distribusi Tanggapan Responden

Pengaruh Religiusitas dan literasi halal terhadap kesadaran halal pedagang muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto yang didapat berdasarkan tanggapan hasil kuesioner. Berikut ini merupakan hasil tanggapan responden dan identifikasi tanggapan responden yang dijelaskan dalam :

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1
- 2) Tidak Setuju (TD) : Skor 2
- 3) Cukup Setuju (CS) : Skor 3
- 4) Setuju (S) : Skor 4
- 5) Sangat Setuju (SS) : Skor 5

Selanjutnya dari masing-masing tanggapan dari responden akan dirinci dan berikut hasilnya :

### 1. Variabel Religiusitas (X1)

**Tabel 4. 2**

**Distribusi Tanggapan Responden Variabel Religiusitas**

No.	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Saya yakin bahwa Allah selalu mengawasi perilaku saya	0	0	7	38	65	110
2	Saya ikhlas dan ridha pada rezeki yang ditetapkan Allah	0	4	19	49	38	110
3	Saya menjual makanan dan minuman sebagai bentuk ibadah kepada Allah	0	0	5	41	64	110
4	Saya menjual makanan dan minuman sesuai petunjuk Al Qur'an	0	0	56	43	56	110
5	Saya bertanggung jawab atas produk makan dan minuman yang saya jual	0	0	9	55	46	110

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

### 2. Variabel Literasi Halal (X2)

**Tabel 4. 3**

**Distribusi Tanggapan Responden Variabel Literasi Halal**

No.	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Sebagai pedagang makanan atau minuman saya telah mengetahui hukum produk halal	0	0	3	49	56	110
2	Saya merasa sudah bisa membedakan mana	0	6	14	52	38	110



	makanan atau minuman yang diharamkan atau diharamkan oleh Islam						
3	Menjual makanan atau minuman halal adalah hal yang penting bagi saya	0	3	16	47	44	110
4	Kelayakan setiap produk makanan atau minuman harus diperhatikan	0	0	2	65	43	110
5	Bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan atau minuman yang saya jual merupakan bahan yang teruji kehalalannya	0	1	12	45	52	110

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

### 3. Variabel Kesadaran Halal (Y)

**Tabel 4. 4**

#### **Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kesadaran Halal**

No.	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Saya menggunakan bahan baku yang diolah secara halal	1	0	0	44	65	110
2	Saya menjual produk makanan atau minuman yang tidak menyalahi syari'at Islam	0	1	15	48	46	110
3	Saya memperhatikan proses pengolahan setiap produk makanan atau minuman yang saya jual supaya sesuai standar halal	0	1	9	53	47	110
4	Saya hanya akan menjual produk makanan bila saya yakin dengan proses produksinya	1	4	16	42	47	110
5	Saya menjual produk yang terjaga kebersihannya	0	1	11	60	38	110

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

## D. Hasil Penelitian

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Dari uji validitas pada penelitian ini mendapatkan hasil, sebagai berikut:

#### 1) Variabel Religiusitas (X1)

**Tabel 4.5**

**Validitas Variabel Religiusitas**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
X1.1	0,805	0,187	Valid
X1.2	0,855	0,187	Valid
X1.3	0,790	0,187	Valid
X1.4	0,809	0,187	Valid
X1.5	0,805	0,187	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.5 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Religiusitas memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,187$ ) sehingga variabel ini valid.

#### 2) Variabel Literasi Halal (X2)

**Tabel 4.6**

**Validitas Variabel Literasi Halal**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
X2.1	0,689	0,187	Valid
X2.2	0,813	0,187	Valid
X2.3	0,787	0,187	Valid
X2.4	0,841	0,187	Valid
X2.5	0,798	0,187	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.6 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Literasi Halal memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,187$ ) sehingga variabel ini valid.

## 3) Variabel Kesadaran Halal (Y)

**Tabel 4.7****Validitas Variabel Kesadaran Halal**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
Y.1	0,746	0,187	Valid
Y.2	0,830	0,187	Valid
Y.3	0,802	0,187	Valid
Y.4	0,752	0,187	Valid
Y.5	0,825	0,187	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.7 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Kesadaran Halal memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,187$ ) sehingga variabel ini valid.

## b. Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas memberikan gambaran terkait kebenaran nyata dalam penelitian ini. Peneliti dalam penelitian ini melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,6$ .

**Tabel 4.8****Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Ket.
1.	Religiusitas	0,869	Reliabel
2.	Literasi Halal	0,844	Reliabel
3.	Kesadaran Halal	0,846	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.8 nilai *Cronbach Alpha* pada variabel Religiusitas (X1) menghasilkan 0,869, variabel Literasi Halal (X2) menghasilkan 0,844, variabel Kesadaran Halal (Y) menghasilkan 0,846. Hal itu menunjukkan bahwa semua item dalam

penelitian ini dikatakan reliabel dengan *Cronbach Alpha* > 0,6 dan dapat digunakan penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Rank Spearman

Uji Rank Spearman memperoleh keterangan terkait hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini yaitu apabila nilai sig(2-tailed) > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 maka  $H_0$  tidak diterima. Hasil dari uji Rank Spearman dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Rank Spearman**

			Religiusitas	Literasi Halal	Kesadaran Halal
Spearman's rho	Religiusitas	Correlation Coefficient	1.000	.697**	.691**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
		N	110	110	110
	Literasi Halal	Correlation Coefficient	.697**	1.000	.619**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
		N	110	110	110
	Kesadaran Halal	Correlation Coefficient	.691**	.619**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	110	110	110

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

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.9 yang menunjukkan nilai sig. (2-tailed) variabel Religiusitas (X1) yaitu menghasilkan  $0,000 < 0,05$  ini dapat



disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara Religiusitas (X1) dengan Kesadaran Halal (Y). Tingkat keeratan antara kedua variabel ini adalah 0,691, hal ini mengidentifikasi adanya korelasi yang kuat antara Religiusitas (X1) dengan Kesadaran Halal (Y). Angka tersebut juga menunjukkan nilai positif dimana hal itu menunjukkan hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi Religiusitas (X1) maka semakin tinggi pula Kesadaran Halal (Y), dan semakin rendah Religiusitas (X1) maka semakin rendah pula Kesadaran Halal (Y).

Selanjutnya variabel Literasi Halal (X2) yaitu menghasilkan nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  ini dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima, hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara Literasi Halal (X2) dengan Kesadaran Halal (Y). Tingkat keeratan antara kedua variabel ini adalah 0,619, hal ini mengidentifikasi adanya korelasi yang kuat antara Literasi Halal (X2) dengan Kesadaran Halal (Y). Angka tersebut juga menunjukkan nilai positif dimana hal itu menunjukkan hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi Literasi Halal (X2) maka semakin tinggi pula Kesadaran Halal (Y), dan semakin rendah Literasi Halal (X2) maka semakin rendah pula Kesadaran Halal (Y).

b. Uji Konkordansi Kendall's W

Uji Kendall's W ini digunakan untuk menentukan asosiasi dari nilai sampel yang diuji. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  tidak diterima. Hasil dari uji Kendall's W dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Konkordansi Kendall's W**

N	110
Kendall's W <sup>a</sup>	.028
Chi-Square	6.214
df	2
Asymp. Sig.	.045
a. Kendall's Coefficient of Concordance	

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.10 menunjukkan nilai signifikansi 0,045 atau  $0,045 < 0,05$  oleh karena itu  $H_3$  diterima. Maka kesimpulannya adalah variabel independen yaitu Religiusitas (X1) dan Literasi Halal (X2) secara bersama berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Kesadaran Halal (Y) pada Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

c. Uji Regresi Ordinal

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis Regresi Ordinal. Uji Regresi Ordinal memiliki fungsi yaitu untuk memahami besarnya pengaruh pada variabel Religiusitas (X1) dan Literasi Halal (X2) terhadap variabel Kesadaran Halal (Y). Hasil analisis Regresi Ordinal yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
Kesadaran Halal	Tidak Setuju	1	0.9%
	Cukup Setuju	9	8.2%
	Setuju	57	51.8%
	Sangat Setuju	43	39.1%
Religiusitas	Cukup Setuju	6	5.5%

	Setuju	54	49.1%
	Sangat Setuju	50	45.5%
Literasi Halal	Cukup Setuju	11	10.0%
	Setuju	55	50.0%
	Sangat Setuju	44	40.0%
Valid		110	100.0%
Missing		0	
Total		110	

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.11 menunjukkan banyaknya data yang diolah berjumlah 110 data dan dapat diketahui bahwa terdapat nilai 0 missing dan 100% valid. Berdasarkan pada hasil data dari 110 responden, dapat dilihat pada variabel Kesadaran Halal (Y) dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 1 orang dengan skala persentase 0,9%, cukup setuju berjumlah 9 orang dengan skala persentase 8,2%, setuju berjumlah 57 orang dengan skala persentase 51,8% dan sangat setuju berjumlah 43 orang dengan skala persentase 39,1 %.

Kemudian pada variabel Religiusitas (X1) dengan kategori sangat tidak setuju yang berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, cukup setuju berjumlah 6 orang dengan skala persentase 5,5 %, setuju berjumlah 54 orang dengan skala persentase 49,1% dan sangat setuju berjumlah 50 orang dengan skala persentase 45,5%.

Dan yang terakhir pada variabel Literasi Halal (X2) dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, cukup setuju berjumlah 11 orang dengan skala persentase 10%, setuju berjumlah 55 orang dengan skala persentase 50% dan sangat setuju berjumlah 44 orang dengan skala persentase 40%.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**

<b>Model Fitting Information</b>				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	87.825			
Final	32.378	55.447	4	.000

Link function: Logit.

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.12 yang menunjukkan keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai dasar keputusan tersebut, yaitu jika nilai signifikansi  $>$  alpha 0,05 maka model tidak signifikan dan jika nilai signifikansi  $<$  alpha 0,05 maka model signifikan.

Nilai -2 log *likelihood* awal tidak menggunakan variabel independen adalah 87.825. Dan apabila dengan memasukan variabel independen berubah menjadi 32.378. Transformasi penurunan pada nilai ini adalah 55.447. yang merupakan nilai *Chi-Square* dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  oleh karena itu model regresi ordinal yang digunakan adalah signifikan dan layak digunakan pada model variabel independennya.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**

<b>Goodness-of-Fit</b>			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	7.937	14	.893
Deviance	7.188	14	.927

Link function: Logit.

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.13 menerangkan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada dasar pengambilan



keputusan yaitu jika nilai signifikansi  $>$  alpha 0,05 maka model signifikan dan jika nilai signifikansi  $<$  alpha 0,05 maka model tidak signifikan. Tabel di atas ini menunjukkan nilai pearson yaitu 508.133 dengan tingkat signifikansi 0,893  $>$  0,05 dan nilai Deviance yaitu 243.071 dengan tingkat signifikansi 0,927  $>$  0,05. Berdasarkan pada hasil uji tersebut maka model dapat dikatakan layak digunakan.

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Regresi Ordinal**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.396
Nagelkerke	.465
McFadden	.264

Link function: Logit.

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.14 menghasilkan perhitungan koefisien determinasi atau keterangan terkait variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Pada tabel tersebut nilai *Nagelkerke* memberikan nilai sebesar 0,465 ini menjelaskan bahwa variabel independen yakni Religiusitas (X1) dan Literasi Halal (X2) yang nilainya 46,5%. Dan sisanya yaitu 63,5% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji Regresi Ordinal**

Parameter Estimates								
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 2]	-7.875	1.176	44.829	1	.000	-10.181	-5.570
	[Y = 3]	-5.319	.677	61.655	1	.000	-6.646	-3.991
	[Y = 4]	-1.316	.383	11.828	1	.001	-2.065	-.566

Location	[X1=3]	-2.228	1.174	3.604	1	.058	-4.528	.072
	[X1=4]	-2.249	.523	18.467	1	.000	-3.275	-1.223
	[X1=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X2=3]	-2.671	.973	7.533	1	.006	-4.578	-.764
	[X2=4]	-1.094	.505	4.696	1	.030	-2.083	-.105
	[X2=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Sumber: Pengolahan Data Primer (output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.15 yang menunjukkan bahwa setiap efek dari koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak. Ketentuan yang ada pada parameter ini yaitu apabila nilai pada kolom signifikansi jika  $< \alpha 0,05$  maka model signifikan dan nilai signifikansi  $> \alpha 0,05$  maka model tidak signifikan.

Berdasarkan pada tabel di atas maka dapat dijelaskan nilai signifikansi pada variabel Religiusitas (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang diartikan variabel Religiusitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Halal (Y). Dan untuk nilai signifikansi pada variabel Literasi Halal (X2) sebesar  $0,03 < 0,05$  yang diartikan variabel Literasi Halal (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Halal (Y).

## E. Pembahasan Hasil Penelitian

Permintaan pasar mengenai produk halal di Indonesia saat ini sudah luas, namun menurut Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (2019) permintaan produk halal tersebut belum dapat dipenuhi oleh aksesibilitas barang domestik yang diciptakan oleh sektor Halal di Indonesia. Kurangnya kemampuan industri halal negara Indonesia tersebut ada beberapa penyebabnya, salah satunya yaitu masih banyak menghadapi masalah di kalangan pelaku industri halal, dimana masalah tersebut adalah masih rendahnya pengetahuan dan kesadaran produk halal, rendahnya kepemilikan

sertifikasi halal, proses produksi yang belum sesuai dengan standar halal.

Berdasarkan teori Glock & Stark (1965) menjelaskan bahwa Religiusitas merupakan suatu bentuk kepercayaan dimana terdapat penghayatan dalam kehidupan sehari-hari dengan menginternalisasi ke dalamnya. Dan Menurut teori Wicaksono dan Astutik (2020) yang menjelaskan Literasi Halal merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Kemudian terkait kesadaran halal berdasarkan teori Shaari dan Arifin (2010) menyebutkan bahwa kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen Muslim untuk mencari dan mengonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam.

Sumber data dari penelitian ini didapatkan melalui data primer yang diperoleh secara langsung dari pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Dimana menurut Sugiyono (2015) data primer merupakan data yang peneliti peroleh langsung dari sumber data untuk keperluan tertentu. Pada penelitian ini terdapat 110 data primer yang merupakan data hasil kuesioner yang ditujukan kepada pedagang Muslim makanan dan minuman Pasar *Sunday Morning* Gor Satria Purwokerto.

Penelitian ini sejalan dengan teori Irwan Habibi Hasibuan, dkk (2021) dimana mereka melakukan penelitian tentang pengaruh Religiusitas dan Orientasi Masalah terhadap Kesadaran Halal, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Makanan Berlabel Halal, dimana penelitian tersebut menghasilkan bahwa Religiusitas sebagai variabel yang secara signifikan mempengaruhi Kesadaran Halal dan juga Kepuasan. Berdasarkan penelitian Wisnu Mahendri, dkk (2020) yang meneliti tentang Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Kesadaran Halal pada Konsumen Islam KFC Jombang, menyebutkan variabel Religiusitas serta Label Halal terhadap Kesadaran halal berpengaruh secara signifikan. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik religiusitas seorang muslim dan label halal akan semakin meningkatkan Kesadaran Halal seorang muslim.

Begitupula dalam hasil penelitian Farida Diyan P., dkk (2022) yang meneliti pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Sertifikasi Halal terhadap Ketertelusuran Halal dengan Kesadaran Halal sebagai Variabel Intervening pada Pedagang Muslim di Pasar Tradisional Malang, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kesadaran Halal pedagang Muslim dipengaruhi oleh Sertifikasi Halal dan Religiusitas. Namun untuk variabel Pengetahuan tidak mempengaruhi Kesadaran Halal. Dan menurut Risma E.Y. dan Mochamad R.A. (2022) yang meneliti Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kesadaran Halal Pelaku Usaha Pangan di Pulau Madura, menyebutkan aktivitas ibadah, pengetahuan tentang pangan halal, label halal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Sedangkan keyakinan tentang pangan halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Tingkat Kesadaran Halal pelaku usaha pangan sebesar 98% dimana 98 responden tersebut mengetahui sertifikasi-labelisasi halal yang tertera pada produk pangan.

Sebagaimana gambaran yang telah diuraikan tersebut, penulis beranggapan pentingnya mengulas secara mendalam terkait topik faktor kesadaran halal yang dimiliki para pedagang makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto, mengingat pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto sebagai tempat destinasi wisata kuliner yang besar. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 110 responden, hasil penelitian ini dapat dilihat pada hasil uji yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa Religiusitas dan Literasi Halal berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pada pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Untuk lebih jelasnya, penulis uraikan sebagai berikut:

**a. Religiusitas Pedagang Muslim Makanan dan Minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto**

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 110 responden, nilai rata-rata keseluruhan pada variabel Religiusitas sebesar 4,40 dari maksimal skor 5 (Sangat Setuju), jika dipersentasakan maka nilai persentasenya sebesar 88%, artinya tingkat Religiusitas pedagang Muslim



makan dan minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto adalah tinggi.

**b. Literasi Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto**

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden, nilai rata-rata keseluruhan pada variabel Literasi Halal sebesar 4,30 dari maksimal skor 5 (Sangat Setuju), jika dipersentasakan maka nilai persentasanya sebesar 86%, artinya tingkat Literasi Halal pedagang Muslim makan dan minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto adalah tinggi.

**c. Kesadaran halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto**

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden, nilai rata-rata keseluruhan pada variabel Kesadaran Halal sebesar 4,29 dari maksimal skor 5 (Sangat Setuju), jika dipersentasakan maka nilai persentasanya sebesar 85%, artinya tingkat Kesadaran Halal pedagang Muslim makan dan minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto adalah tinggi.

**d. Pengaruh Religiusitas (X1) terhadap Kesadaran Halal (Y) Pedagang Muslim Makanan dan Minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto**

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Religiusitas (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel Religiusitas (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Religiusitas (X1) terhadap Kesadaran Halal (Y), kesimpulannya adalah  $H_1$  diterima. Nilai koefisien regresi adalah 0,691 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi Religiusitas maka semakin tinggi juga Kesadaran Halal. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4

yang artinya responden setuju bahwa Religiusitas berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Religiusitas berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Hasil penelitian ini mendukung oleh penelitian terdahulu oleh Irwan Habibi Hasibuan, Yuswar Z. Basri, dan Akhmad Affandi Mahfudz (2021) yang menyimpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal. Selain itu, Wisnu Mahendri, Junianto Tjahjo Darsono, dan Achmad Firdiansjah (2020) yang menyimpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal.

**e. Pengaruh Literasi Halal (X2) terhadap Kesadaran Halal (Y) Pedagang Muslim Makanan dan Minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto**

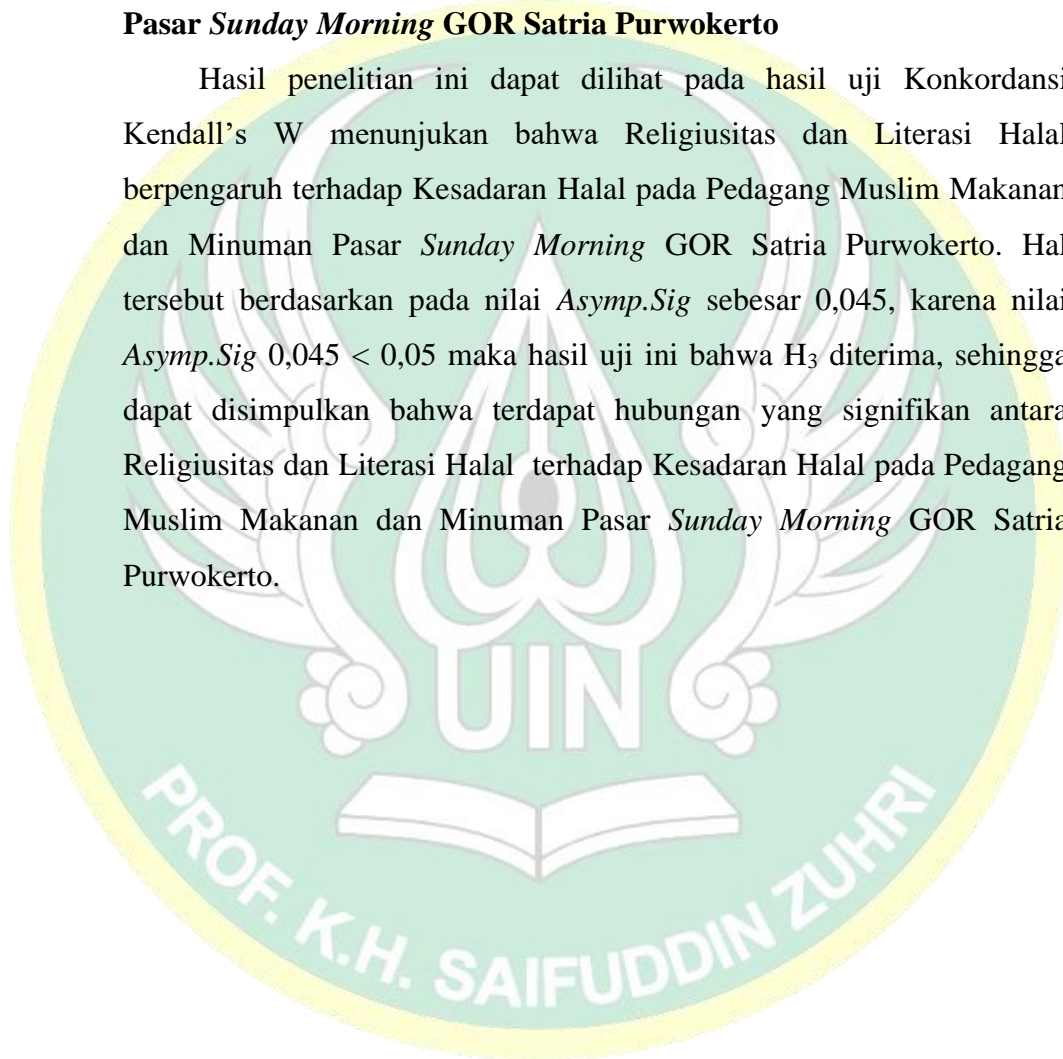
Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Literasi Halal (X2) berpengaruh positif terhadap Kesadaran Halal. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel Literasi Halal (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Literasi Halal (X2) terhadap Kesadaran Halal (Y), kesimpulannya adalah  $H_2$  diterima. Nilai koefisien regresi adalah 0,619 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi Literasi Halal maka semakin tinggi juga Kesadaran Halal. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4 yang artinya responden setuju bahwa Literasi Halal berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Literasi Halal berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Hasil penelitian ini mendukung oleh penelitian terdahulu oleh Risma Evinda Yuleha dan Mochamad Reza

Adiyanto (2022) yang menyimpulkan bahwa Literasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal. Selain itu, Andi Athifah Amaliah (2020) yang menyimpulkan bahwa Literasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal.

**f. Pengaruh Religiusitas (X1) dan Literasi Halal (X2) terhadap Kesadaran Halal (Y) Pedagang Muslim Makanan dan Minuman di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto**

Hasil penelitian ini dapat dilihat pada hasil uji Konkordansi Kendall's  $W$  menunjukkan bahwa Religiusitas dan Literasi Halal berpengaruh terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Hal tersebut berdasarkan pada nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,045, karena nilai *Asymp.Sig*  $0,045 < 0,05$  maka hasil uji ini bahwa  $H_3$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal pada Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat religiusitas, literasi halal, dan kesadaran halal pada pedagang Muslim makanan dan minuman di pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto adalah tinggi.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Religiusitas (X1) terhadap Kesadaran Halal pedagang (Y)
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Literasi Halal (X2) terhadap Kesadaran Halal pedagang (Y)
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Religiusitas (X1) dan Literasi Halal (X2) terhadap Kesadaran Halal pedagang (Y)

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Halal pedagang Muslim makanan dan minuman pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Akan tetapi peneliti menyadari masih banyak kekurangan, maka dari itu peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Pengembangan Ekosistem Halal

Bagi lembaga pengembangan ekosistem halal baik itu kampus, Kementerian Agama, dan Pemerintah Daerah diharapkan untuk terus menjaga dan mendorong religiusitas dan literasi halal berkembang di kalangan pedagang makanan minuman agar kesadaran halal mereka terus meningkat.

2. Bagi Pedagang Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto

Bagi Pedagang yang menjual makanan atau minuman agar lebih bijak dalam menggunakan bahan bakunya, cara memperolehnya,



penyimpanannya, pengangkutannya, penyajiannya, dan pengemasannya supaya menjaga kualitas yang terjamin kesehatan, kebersihan, dan tentunya kehalalan produknya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mempunyai ide gagasan lain baik pengembangan pada sampel dan populasi yang cangkupannya lebih luas lagi. Dan diharapkan juga penelitian selanjutnya juga lebih dikembangkan dengan menambahkan variabel-variabel lainnya yang lebih representatif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rozak dan Ja'far. (2019). Studi Islam Di Tengah Masyarakat Majemuk Islam Rahmatan Lil'Alamin.
- Afdhal A. (2020). Seminar Nasional Ekonomi Syariah IAIN Metro Lampung
- Ahmad A.K. Muda, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Reality Publisher, 2006), Cet. ke-1, h. 167.
- Ali dan Mohammad. 1987. Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi. Bandung: ANGKASA.
- Andi, A.A. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016-2019 UIN Alauddin Makassar). Skripsi UIN Alauddin Makassar.
- Anggraini, Inar, & Diah S. D. (2020). "The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable." *Journal of Economics Research and Social Sciences* 4(1). doi: 10.18196/jerss.040116.
- Badan Pusat Statistik. (2015). Proyeksi Penduduk Indonesia pada Tahun 2010-2045.
- Dani Kusumastuti. (2020). Minat Beli Produk Halal di Indonesia Studi Pemetaan Sistematis, dalam MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah. Volume 2, Edisi 2.
- Daradjat, Zakiah. (1995). Ilmu Jiwa Agama. Jakarta: Bulan Bintang
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2003). Panduan Sertifikasi Halal. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2003). Pedoman Fatwa Produk Halal. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2008). Tanya Jawab Seputar Halal. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Dinar Standard. (2021). Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor (2020 & amp:2025).
- Farida D. P., Rafika T.C., Dewi H. (2022). "The Effect of Knowledge, Religiosity, And Halal Certification On Halal Traceability With Halal Awareness As An Intervening Variable (Case Study of Muslim Traders in Malang Traditional

Market)”. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*. Volume 1, Issue 2, 2022

Glock, C.Y., dan Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand Mc Nally & Company.

Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC). *Al-Buhuts*, 17, 198–212.

Hendriyani dan Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Pranada Media.

Iman Salehudin. (2010). Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation. *ASEAN Marketing Journal* Vol. 11 Nomor 1. hlm. 1

Imbang, D.A. (2021). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Halal Masyarakat pada Produk Makanan Cepat Saji McDonald’s. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Irwan H.H., Yuswar Z.B., dan Akhmad, A.M. (2021). *The Effect of Religiosity and Maslahah Orientation on Halal Awareness, Satisfaction and Loyalty of Consumers of Halal Labeled Food*”. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, Volume 1, Nomor 2

Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, pp. 1–443.

Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Laporan State of The Global Islamic Economic Report. 2019-2020.

M. Ismail Yusanto & M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al Azhar Press, 2011), Cet.ke-2, hlm. 234.

Maharani, N. K., & Silvia, A. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Vol.3, No.1, 81-94

Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65–86.

Mahi M. Hikmat. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Muna, H. (2023). Analisis Pengaruh *Religious Beliefs*, *Self Identity* dan *Media Exposure* terhadap Kesadaran Konsumen dalam Menggunakan Kosmetik Halal (Studi Kasus Pada Mahasiswi di Purwokerto). Skripsi. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Muniroh, L., Suryana, D., & Budiarto, E. (2018). Mengembangkan Potensi Masyarakat melalui Kegiatan Literasi yang Efektif dan Aplikatif di Desa Sukajadi. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 166–173.
- Muhaimin. (2002). *Paradigma Pendidikan Agama Islam Bandung*: Rosdakarya.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muthia Aulia, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 141
- Nashori, F. & Mucharam R.D. (2002). *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus.
- Nofianti, K. A., & Rofiqoh, S. N. I. (2019). Kesadaran dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi pada Praktisi Bisnis UMKM di Gresik). *Journal of Halal Product and Research*, 2 No.2.
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). *The Influence Of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention*.
- Pertiwi, F.D., Cahya, R.T., dan Hurwardani, D. (2022). *Traceability With Halal Awareness as an Intervening Variable (Case Study of Muslim Traders in Malang*. *Jurnal Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*. Vol. 1, No. 2.
- Pratama, D.B., & Hartati, N. (2020). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiositas Terhadap Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Mks Uin Sunan Gunung Djati Bandung. *Finansha-Journal of Sharia Financial Management*. Vo. 1, No.2
- Qonitat, N.F. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Skripsi. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Reza, V. (2022). *Islamic Entrepreneurship: Membangun Karakter Wirausahawan Muslim dengan Pengetahuan berbasis Ekonomi*. *Jurnal An-Nahl*. Vol. 9, No. 1, 1 – 10.



- Risma, E.Y. & Mochamad, R.A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Halal Awareness Pelaku Usaha Pangan di Pulau Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No.4
- Salehudin, I. (2010). *Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation*. *ASEAN Marketing Journal*, Vol. 11, No.1.
- Shaari, J. A. N. dan Arifin, N. S. (2010). *Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study*. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444– 456
- Sigit Djokopurnomo. Data terkait jumlah Pedagang dan gambaran terkait Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto. Wawancara pada 9 April 2023.
- Siti, I.P.Y. & Hikmatul H. (2021). Produk Bersertifikasi Halal dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 104-105.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*, Edisi ke-5, Bandung: Alfabeta.
- Sukoso. (2020). *Ekosistem Industri Halal*, Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib-Universitas Brawijaya,.
- Susi Susanti, Mashudi., “Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan terhadap Produk dengan Label Halal” *Istithmar:Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, Vol.6 Nomor 2, 2022, hlm. 151
- Wisnu M., Junianto T.D., & Achmad F. (2020). “*The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions*”
- Wulandari, D.E. (2022). Pengaruh Label Halal, Religiusitas dan Sikap Produsen Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kabupaten Lumajang. Tesis Uin Kyai Haji Achmad Siddiq Jember.

## LAMPIRAN - LAMPIRAN

### *Lampiran 1*

## KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden

*Assalaamu 'alaikum Wa Rohmatullaahi Wa Barokatuh*

Perkenalkan saya Risma Dwi Sagita, Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dengan ini saya bermaksud melakukan penelitian sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir saya mengenai “Pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal Terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden penelitian ini dengan kriterianya adalah Pedagang Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto yang beragama Islam. Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya dan kerjasama Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

*Wassalaamu 'alaikum Wa Rohmatullaahi Wa Barokatuh*

Hormat Saya,

Risma Dwi Sagita

**Kuesioner Pengaruh Religiusitas dan Literasi Halal  
Terhadap Kesadaran Halal Pedagang Muslim Makanan dan Minuman  
Pasar *Sunday Morning* Gor Satria Purwokerto**

Oleh : Risma Dwi Sagita

**A. Data Responden**

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
4. Usia :
  - a. 18 – 30
  - b. 31 – 50
  - c.  $\geq$  50
5. Jenis produk usaha apakah yang anda jual?
  - a. Makanan Ringan
  - b. Makanan Berat
  - c. Minuman
6. Berapa lama anda berjualan di Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto?
  - a. 1 – 4 Tahun
  - b. 5 – 9 Tahun
  - c. 10 – 13 Tahun
7. Apakah anda Pedagang Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto yang beragama Islam?
  - a. Ya
  - b. Tidak

## B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu alternatif jawaban pada pilihan ganda untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat dan pengalaman Saudara/i selama menjadi pedagang Makanan dan Minuman Pasar *Sunday Morning* GOR Satria Purwokerto.

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skala 1
2. Tidak Setuju (TD) = Skala 2
3. Cukup Setuju (CS) = Skala 3
4. Setuju (S) = Skala 4
5. Sangat Setuju (SS) = Skala 5

## C. Kuesioner

### 1. Variabel Religiusitas (X1)

Religiusitas adalah bagaimana komitmen seseorang dalam berpegang teguh dalam menjaga serta mengikuti ajaran agamanya (Said, dkk dalam Maharani & Syifa, 2019).

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya yakin bahwa Allah selalu mengawasi perilaku saya					
2	Saya ikhlas dan ridha pada rezeki yang ditetapkan Allah					
3	Saya menjual makanan dan minuman sebagai bentuk ibadah kepada Allah					
4	Saya menjual makanan dan minuman sesuai petunjuk Al Qur'an					
5	Saya bertanggung jawab atas produk makan dan minuman yang saya jual					



## 2. Variabel Literasi Halal (X2)

Literasi halal merujuk pada suatu kemahiran dalam memahami perbedaan antara produk baik yang halal maupun haram berdasarkan hukum Islam atau syariat (Salehudin, 2010).

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Sebagai pedagang makanan atau minuman saya telah mengetahui hukum produk halal					
2	Saya merasa sudah bisa membedakan mana makanan dan minuman yang dihalalkan atau diharamkan oleh Islam					
3	Menjual makanan atau minuman halal adalah hal yang penting bagi saya					
4	Kelayakan setiap produk makanan atau minuman harus diperhatikan					
5	Bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan dan minuman yang saya jual merupakan bahan yang teruji kehalalannya					

### 3. Variabel Kesadaran Halal (Y)

Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal (Anggraini & Dewanti 2020).

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya menggunakan bahan baku yang diolah secara halal					
2	Saya menjual produk makanan atau minuman yang tidak menyalahi syari'at Islam					
3	Saya memperhatikan proses pengolahan setiap produk makanan atau minuman yang saya jual supaya sesuai standar halal					
4	Saya hanya akan menjual produk makanan bila saya yakin dengan proses produksinya					
5	Saya menjual produk yang terjaga kebersihannya					



30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
31	4	3	3	4	3	17	3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4
32	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5
33	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	4	22	4
34	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4
35	5	4	5	5	4	23	5	5	4	3	5	3	20	4	5	5	5	3	23	5
36	4	3	4	4	4	19	4	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4
37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
38	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4
39	5	3	4	5	4	21	4	5	4	3	4	4	20	4	5	5	4	4	22	4
40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4
41	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
42	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	4	23	5
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
46	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	19	4
47	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	22	4
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5
50	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	4	4	20	4	5	3	4	4	21	4
51	5	4	4	5	4	22	4	5	4	5	5	5	24	5	4	3	2	3	14	3
52	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	4	19	4
53	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	4	23	5
54	5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	3	18	4
55	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	4	22	4
56	4	4	5	4	4	21	4	5	3	3	3	5	19	4	5	4	4	5	23	5
57	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5
58	5	4	4	3	4	20	4	4	4	4	3	3	18	4	5	4	4	4	21	4
59	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	3	19	4	5	5	5	5	25	5
60	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	4	4	20	4	5	3	4	4	21	4
61	5	5	5	4	5	24	5	5	2	2	5	4	18	4	5	4	5	4	21	4
62	5	4	4	5	4	22	4	5	2	3	4	4	18	4	5	4	4	4	21	4
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	3	17	3	4	3	3	4	17	3
64	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	23	5
65	5	4	5	4	4	22	4	5	3	3	4	3	18	4	4	4	4	4	19	4



66	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	
67	4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	3	19	4
68	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	
69	5	4	4	3	4	20	4	4	4	4	5	4	21	4	5	5	4	5	3	22	4
70	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	5	23	5
71	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	
72	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	
73	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	4	5	23	5
74	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	5	4	22	4
75	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	4	23	5
76	5	5	5	5	4	24	5	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	5	24	5
77	5	4	5	5	4	23	5	5	3	3	3	5	19	4	4	4	4	4	20	4	
78	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	5	5	23	5	5	3	4	4	5	21	4
79	4	2	5	3	4	18	4	4	4	4	3	3	18	4	4	3	2	3	2	14	3
80	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	3	19	4
81	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	4	5	23	5
82	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	4	15	3	4	3	4	3	4	18	4
83	3	3	4	3	5	18	4	4	3	4	4	5	20	4	4	4	5	4	5	22	4
84	5	3	5	4	4	21	4	5	5	4	5	4	23	5	5	4	4	5	5	23	5
85	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	
86	4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	3	3	17	3	5	4	4	4	4	21	4
87	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	
88	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	4	21	4
89	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	4	5	22	4
90	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	4	4	21	4	5	5	4	4	4	22	4
91	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	4	2	19	4
92	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	24	5
93	5	4	5	5	5	24	5	5	5	3	5	5	23	5	5	4	3	5	5	22	4
94	5	3	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	3	20	4
95	4	4	5	4	3	20	4	3	4	4	4	4	19	4	4	3	3	3	3	16	3
96	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	4	21	4
97	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	4	20	4
98	4	4	4	4	4	20	4	4	2	3	4	4	17	3	4	3	4	4	4	19	4
99	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	
100	5	5	5	5	5	25	5	5	3	4	5	5	22	4	5	5	5	4	4	23	5
101	5	4	5	5	4	23	5	5	4	3	4	5	21	4	4	3	5	4	1	17	3

102	4	2	3	3	4	16	3	4	3	2	4	3	16	3	4	3	3	2	3	15	3
103	3	3	5	4	4	19	4	4	5	3	4	5	21	4	5	4	4	4	4	21	4
104	3	2	4	4	3	16	3	4	2	4	3	4	17	3	4	3	3	3	2	15	3
105	5	3	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	5	3	19	4
106	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4
107	5	2	5	3	5	20	4	4	5	4	5	5	23	5	5	3	5	4	5	22	4
108	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5
109	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	24	5
110	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	5	23	5



*Lampiran 3*

**DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN**

**1. Variabel Religiusitas (X1)**

No.	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Saya yakin bahwa Allah selalu mengawasi perilaku saya	0	0	7	38	65	110
2	Saya ikhlas dan ridha pada rezeki yang ditetapkan Allah	0	4	19	49	38	110
3	Saya menjual makanan dan minuman sebagai bentuk ibadah kepada Allah	0	0	5	41	64	110
4	Saya menjual makanan dan minuman sesuai petunjuk Al Qur'an	0	0	56	43	56	110
5	Saya bertanggung jawab atas produk makan dan minuman yang saya jual	0	0	9	55	46	110

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

**2. Variabel Literasi Halal (X2)**

No.	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Sebagai pedagang makanan atau minuman saya telah mengetahui hukum produk halal	0	0	3	49	56	110
2	Saya merasa sudah bisa membedakan mana makanan atau minuman yang dihalalkan atau diharamkan oleh Islam	0	6	14	52	38	110

3	Menjual makanan atau minuman halal adalah hal yang penting bagi saya	0	3	16	47	44	110
4	Kelayakan setiap produk makanan atau minuman harus diperhatikan	0	0	2	65	43	110
5	Bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan atau minuman yang saya jual merupakan bahan yang teruji kehalalannya	0	1	12	45	52	110

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

### 3. Variabel Kesadaran Halal (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Saya menggunakan bahan baku yang diolah secara halal	1	0	0	44	65	110
2	Saya menjual produk makanan atau minuman yang tidak menyalahi syari'at Islam	0	1	15	48	46	110
3	Saya memperhatikan proses pengolahan setiap produk makanan atau minuman yang saya jual supaya sesuai standar halal	0	1	9	53	47	110
4	Saya hanya akan menjual produk makanan bila saya yakin dengan proses produksinya	1	4	16	42	47	110
5	Saya menjual produk yang terjaga kebersihannya	0	1	11	60	38	110

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023



*Lampiran 4*

**HASIL VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

**1. Variabel Religiusitas (X1)**

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.608**	.531**	.599**	.560**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X1.2	Pearson Correlation	.608**	1	.562**	.620**	.602**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X1.3	Pearson Correlation	.531**	.562**	1	.550**	.631**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X1.4	Pearson Correlation	.599**	.620**	.550**	1	.511**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X1.5	Pearson Correlation	.560**	.602**	.631**	.511**	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.805**	.855**	.790**	.809**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	5

### 3. Variabel Literasi Halal (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.388**	.317**	.570**	.567**	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X2.2	Pearson Correlation	.388**	1	.624**	.607**	.493**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X2.3	Pearson Correlation	.317**	.624**	1	.550**	.527**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X2.4	Pearson Correlation	.570**	.607**	.550**	1	.601**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X2.5	Pearson Correlation	.567**	.493**	.527**	.601**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.689**	.813**	.787**	.841**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

#### 4. Variabel Kesadaran Halal (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.527**	.410**	.535**	.564**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Y2	Pearson Correlation	.527**	1	.683**	.536**	.544**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Y3	Pearson Correlation	.410**	.683**	1	.496**	.576**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Y4	Pearson Correlation	.535**	.536**	.496**	1	.476**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Y5	Pearson Correlation	.564**	.544**	.576**	.476**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.746**	.830**	.802**	.752**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

*Lampiran 5*

**HASII UJI RANK SPEARMAN**

			<b>Correlations</b>		
			Religiusitas	Literasi Halal	Kesadaran Halal
Spearman's rho	Religiusitas	Correlation Coefficient	1.000	.697**	.691**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
		N	110	110	110
	Literasi Halal	Correlation Coefficient	.697**	1.000	.619**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
		N	110	110	110
	Kesadaran Halal	Correlation Coefficient	.691**	.619**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	110	110	110

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

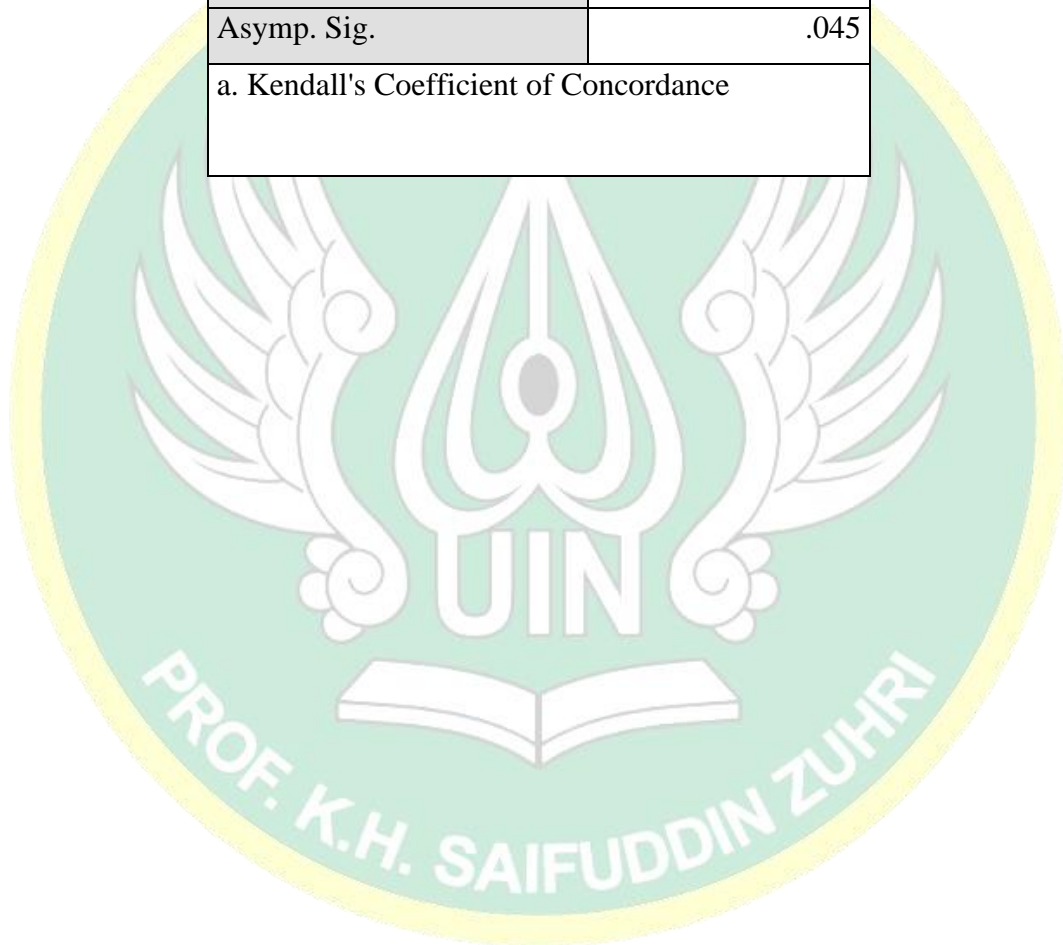




*Lampiran 6*

**HASIL UJI KONKORDANSI KENDALL'S W**

<b>Test Statistics</b>	
N	110
Kendall's W <sup>a</sup>	.028
Chi-Square	6.214
df	2
Asymp. Sig.	.045
a. Kendall's Coefficient of Concordance	



*Lampiran 7*

**HASIL UJI REGRESI ORDINAL**

**Case Processing Summary**

		N	Marginal Percentage
Kesadaran Halal	Tidak Setuju	1	0.9%
	Cukup Setuju	9	8.2%
	Setuju	57	51.8%
	Sangat Setuju	43	39.1%
Religiusitas	Cukup Setuju	6	5.5%
	Setuju	54	49.1%
	Sangat Setuju	50	45.5%
Literasi Halal	Cukup Setuju	11	10.0%
	Setuju	55	50.0%
	Sangat Setuju	44	40.0%
Valid		110	100.0%
Missing		0	
Total		110	

**Model Fitting Information**

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	87.825			
Final	32.378	55.447	4	.000

Link function: Logit.

**Goodness-of-Fit**

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	7.937	14	.893
Deviance	7.188	14	.927

Link function: Logit.

**Pseudo R-Square**

Cox and Snell	.396
Nagelkerke	.465
McFadden	.264

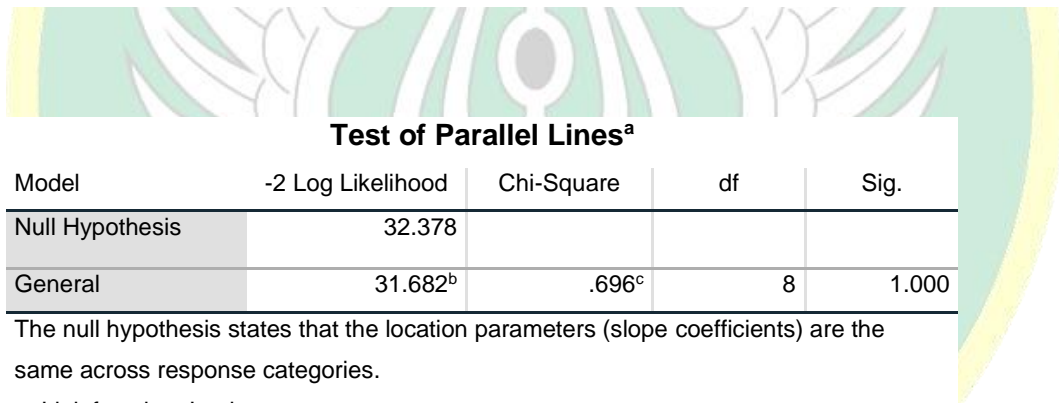
Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 2]	-7.875	1.176	44.829	1	.000	-10.181	-5.570
	[Y = 3]	-5.319	.677	61.655	1	.000	-6.646	-3.991
	[Y = 4]	-1.316	.383	11.828	1	.001	-2.065	-.566
Location	[X1=3]	-2.228	1.174	3.604	1	.058	-4.528	.072
	[X1=4]	-2.249	.523	18.467	1	.000	-3.275	-1.223
	[X1=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X2=3]	-2.671	.973	7.533	1	.006	-4.578	-.764
	[X2=4]	-1.094	.505	4.696	1	.030	-2.083	-.105
	[X2=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.



### Test of Parallel Lines<sup>a</sup>

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Null Hypothesis	32.378			
General	31.682 <sup>b</sup>	.696 <sup>c</sup>	8	1.000

The null hypothesis states that the location parameters (slope coefficients) are the same across response categories.

a. Link function: Logit.

b. The log-likelihood value cannot be further increased after maximum number of step-halving.

c. The Chi-Square statistic is computed based on the log-likelihood value of the last iteration of the general model. Validity of the test is uncertain.

Lampiran 8

DOKUMENTASI



SAIFUDDIN