

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LEGALITAS HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK DI CV. SATRIA JAYA PANDAAN PASURUAN

Abdillah Mundir¹⁾, Suwaibatul Islamiyah²⁾

Universitas Yudharta Pasuruan

¹⁾abdillahmundir@yudharta.ac.id, ²⁾islamiyah2604@gmail.com

Abstrak. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam suatu perusahaan, dalam administrasi gedung, kualitas pelayanan berarti memberikan pelayanan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan tersebut konsumen sebagai bentuk strategi perusahaan dalam meningkatkan minat beli konsumen. Sedangkan legalitas halal artinya fatwa tertulis di MUI yang mengikat pernyataan kehalalan suatu produk yang sesuai dengan syariat Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan legalitas halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi linier berganda, uji t dan uji f dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui sudut. Sedangkan instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa 1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada CV. Pasar Satria Jaya Pandaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai uji Thitung lebih kecil dari Ttabel ($0,673 < 1,999$) dengan nilai negatif signifikan. 2) Legalitas berpengaruh signifikan terhadap kepentingan konsumen CV. Pasar Satria Jaya Pandaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai uji Thitung lebih besar dari pada uji tabel dengan nilai ($10,186 > 1,999$). 3) kualitas pelayanan dan legalitas halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan dengan F hitung lebih besar dari F tabel dengan nilai ($51,119 > 3,14$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Legalitas Halal, Minat Beli Konsumen

Abstract: Service quality is a one of the things that needs to be observed in a company, in building administration, service quality means providing services to consumers to meet those needs consumers as a form of company strategy in increasing consumer buying interest. Meanwhile, halal legality, which means a written fatwa in the MUI, which ties a statement to the halalness of a product which is in accordance with Islamic law. The purpose of this study was to determine whether service quality and halal legality had an effect on consumer buying interest. The approach used in this study is to use quantitative approaches with double linear regression, t tests and f tests using data collection techniques through angles. While the instruments in this study use a likert scale. Based on the results of the research and the results of the analysis of double linear regression, it can concluded that 1) the of quality the services have significant impact on consumer interest in the CV. Satria Jaya Pandaan Market. This is shown with a Thitung test value smaller than Ttable ($0.673 < 1.999$) with a significant negative value. 2) Legality has a significant impact on the interests of CV consumers. Satria Jaya Pandaan Market. This is shown with a Thitung test value greater than on the table test with a value ($10,186 > 1,999$). 3) quality service and halal legality have an effect on consumer buying interest in CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan with Fhitung greater than Ftable with a value ($51,119 > 3,14$).

Keyword: Service Quality, Halal Legality, Consumer Buying Interest

PENDAHULUAN

Dunia usaha pada saat ini khususnya pada produk usaha potong ayam yang tidak sedikit dari para pengusaha yang memiliki usaha tersebut, tentunya harus memiliki suatu strategi tersendiri dalam menambah perhatian daripada konsumen itu untuk beli produk ditawarkan.¹ Praktek jual beli yang terjadi didalam kehidupan makhluk sosial yang dilakukan oleh setiap manusia berlandaskan atas dasar suka sama suka, tidak merugikan satu dengan yang lainnya. Terjadinya jual beli tersebut jika kedua belah pihak telah sepakat untuk menjual dan membeli produk yang diperjualbelikan. dalam hal ini ada beberapa dari pihak perusahaan yang menggunakan berbagai strategi pemasar guna untuk menarik perhatian konsumen dan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Diantaranya dari pemasaran yang dilakuka yaitu dengan menyajikan layanan yang berkualitas. Kualitas layanan tidak lah dapat disampingkan dalam suatu usaha yang sedang dijalankan Entah bisnis kecil atau bisnis besar . Konsumen tidak akan pernah puas hanya dengan melihat produk, ataupun harga dari pada barang tersebut. Dalam islam juga telah dijelaskan mengenai pengajian layanan dari bentuk usaha yang diperankan, entah dilihat dari segi barangnya ataupun bentuk jasa oleh perusahaan. Pada hakekatnya kualitas layanan mengandung beberapa point yaitu, *Tangible* (wujud fisik), *Reability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Rasa Empati).² Sebagai pelaku usaha hendaknya ke lima point diatas perlu adanya penerapan untuk memberikan nilai positif bagi para konsumen.

Legalitas halal merupakan sebuah petuah dari MUI (Majlis Ulama Indonesia) yang memberikan pernyataan dari halalnya produk selaras dengan ajaran agama islam. Legalitas halal ini sebagai bukti bahwa produk yang jual belikan telah mendapat izin dari MUI dan telah melakukan prosedur pemeriksaan untuk mendapat legalitas halal tersebut. dengan adanya legalitas halal ini membantu para konsumen muslim ketika memilah produk aman, dipercaya serta selaras pada ajaran agama.³

Dalam perspektif islam dalam hal memberikan suatu barang ataupun jasa terhadap para konsumen telah dianjurkan, baik itu dalam Ayat suci Al-Qur'an ataupun dalam As-

¹ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Industri Kepuasan Nasabah Perbankan syariah di Kota Pekanbaru," *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* (2017).

² Nina Indah Febriana, "Analisis Kualitas Layanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Indonesia Tulungagung," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* (2016).

³ KN Sofyan Hasan, "Kepastian Hukum Sertifikasi Halal dan Pelabelan Produk Pangan," *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (2014): 227-238.

Sunnah. Sebagai kaum muslim hendaknya perlu memahami dan mematuhi ajaran yang telah ada dalam syariat Islam. Dan keharusan seorang Islam untuk memilah produk yang legalitas halal dikarenakan kita sebagai kaum Islam dititahkan oleh Allah SWT untuk mencari, memilih dan mengkonsumsi makanan halal. Selain dengan hal tersebut, berbuat baik terhadap sesama itu adalah bentuk dari perintah Allah.

PEMBAHASAN

Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas adalah kondisi dinamik dimana ia berpengaruh pada produk, jenis layanan, manusia bahkan proses sekalipun dan lingkungan yang menjadi faktor utama dalam memenuhi dan melebihi harapan. Adapun Kualitas juga dapat menentukan kebaikan dan buruk dari barang atau layanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga gagasan kualitas sendiri dapat diterjemahkan sebagai usaha pemuasan keinginan konsumen serta penyediaan pengiriman untuk keinginan konsumen sendiri.⁴

Kualitas layanan adalah tingkat dimana keunggulan produk atau bentuk jasa yang disajikan untuk konsumen sesuai harapan konsumen. Upaya pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut dilakukan untuk mengimbangi suatu harapan yang diinginkan oleh konsumen.⁵ Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keunggulan suatu kualitas layanan dalam suatu perusahaan sangatlah diperlukan dengan memprioritaskan apa yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen bukan semata-mata hanya ingin mendapatkan keuntungan belaka.

Berikut ini beberapa karakteristik dari kualitas layanan yang dapat diterapkan dalam suatu perusahaan

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Konsumen itu tidak bisa menilai sebelum mereka (konsumen) menikmati dengan sendirinya.

b. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Adanya jalinan antara kedua belah pihak termasuk ciri khusus dalam penawaran jasa.

c. *Variability* (bervariasi)

Pada pembeli jasa atau layanan peduli terhadap keragaman, hal tersebut terjadi dikarenakan kebiasaan konsumen akan meminta opsi kepada orang lain untuk kepuasan terjadinya pembelian terhadap perusahaan.

⁴ Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB," *Ecodemika* 2 (2018): 50, J Atmaja - Jurnal Ecodemica, 2018 - scholar.archive.org.

⁵ Heni Rohaeni and Nisa Warwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Ecodemika* (2018): 314, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/4503>.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Layanan termasuk komoditas tidak terlalu tua dan tidak bisa menyebar; akibatnya, jika jenis kunci tertentu tidak digunakan, layanan yang dimaksud akan berjalan terus menerus hanya untuk satu hal.

Selain dari adanya karakteristik kalitas layanan, ada juga beberapa unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam pemberian jasa sebagai berikut ini:

a. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap yang dimaksud adalah memberikan respon terhadap para konsumen yang membutuhkan, baik itu berupa bantuan ataupun adanya keluhan dari pada konsumen itu sendiri.

b. Keandalan (*Reability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang telah ditawarkan oleh perusahaan serta akurat. Dengan adanya tanggung jawab dan handal dari pihak perusahaan.

c. Empati (*Empathy*)

Perusahaan harus memberikan perhatian yang diharapkan oleh konsumen tanpa membeda-bedakan antara konsumen satudengan yang lainnya.

d. Bukti Fisik (*Tangible*)

Kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, kondisi tempat yang nyaman dengan interior menarik dan keterampilan dari pegawai. Tampilan dan kesanggupan sarana prasarana perusahaan serta kondisi lingkungan sebelumnya adalah bentuk nyata dari layanan yang disajikan oleh perusahaan atau penyedia layanan.

e. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) dapat menambah kepercayaan dan keaman serta akan terbebas risiko ataupun bahaya sehingga memberikan para konsumen merasakan kepuasan. Memberikan layanan yang menunjukkan pada etika serta memberikan nilai yang positif terhadap konsumen akan mendukung kesuksesan dari suatu perusahaan.

Pengertian Legalitas Halal

Legalitas Halal yaitu dapat diartikan dengan harus mematuhi aturan-aturan tertentu untuk mengkonsumsi pangan yang sesuai dengan ajaran syari'ah islam. Legalitas Halal dapat juga diartikan sebagai salah satu syarat memperoleh pencantuman sebuah lebel kehalalan pada paket product dari agensi pemerintah yang diberi persetujuan seperti dikatakan oleh DPHI (Indonesian Halal Products Directory). *Legalitas Halal* eksepsi sebagai bentuk pelindung dari berbagai varian pangan yang tidak selaras dengan syariat Islam, terutama

Indonesia ini yang kebanyakan penduduknya muslim. Diluar itu pula mendorong persaingan dan menjadi keutamaan tersendiri, Legalitas Halal sekarang ini menjadi bahan persaingan dalam dunia perniagaan internasional.

Komite MUI terus melaksanakan penelitian, kemudian mencantumkan label yang sah pada semua jenis makanan, make up ataupun jenis-jenis daging yang berkisar dilingkungan masyarakat dengan varian kemasan yang dilakukan dalam memberikan kepastian status pangan yang ingin dikonsumsi.

Minat Beli

Minat beli yaitu suatu hubungan antara pembeli dengan keinginan untuk membeli suatu barang ataupun jasa, dengan melalui proses-proses yang relevan sehingga menimbulkan pengambilan keputusan pembelian. Seringkali terjadinya minat pembelian ini akibat dari faktor kebutuhan manusiawi, dengan disertai rasa keinginan yang mendominasi sehingga menjadi salah satu faktor terjadinya pembelian terhadap sesuatu, baik itu berupa barang ataupun jasa.

METODE

Jenis Penelitian

Analisis kali ini penulis memakai metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu analisis memakai data berupa bilangan yang ditelaah menggunakan analisis statistic. Dengan begitu peneliti menggunakan rancangan penelitian kuantitatif yang berupa penelitian studi kasus yaitu, suatu pendekatan yang menginginkan informasi dari sebuah data yang sistematis. Dimana dalam menganalisa data tersebut peneliti menguantifikasi data dalam bentuk rata-rata hasil dan persentase.

Sumber Data dan Jenis Data

Sumber Data

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini didapat melalui cara penyebaran angket (kuesioner) pada pembeli atau konsumen di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang penulis gunakan bersumber dari buku pustaka, jurnal artiker, yang ada kaitannya dengan judul penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi yaitu seluruh subjek yang digunakan penulis. Populasi juga merupakan sebagai abstraksi yang mana terdiri dari obyek yang berkualitas dan karakter yang spesifik

ditelaah lalu dirangkum⁶ Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan atau konsumen CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan. Dikarenakan jumlah pembeli atau konsumen terlampaui banyak sehingga sampel yang digunakan 10% berhitung memakai rumus slovin dengan perkiraan per-harinya 5-6 pembeli. Sehingga jumlah yang diketahui sebesar 66 sampel.

Rumus Slovin:

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

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah penggabungan antara data primer dan sekunder saat penelitian, pengumpulan data adalah tindakan sangat penting dalam penelitian, sebab data yang tersedia digunakan sebagai pemecah suatu permasalahan yang diselidiki maupun sebagai mempelajari suatu hipotesis yang diumumkan. Dalam analisis Teknis pengumpulan data yang dipakai adalah 1). Wawancara 2). Angket 3). Observasi.

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas yaitu rangkaian kegiatan uji yang dilaksanakan pada isi dari pengujian tujuannya menaksir akurasi instrument yang digunakan dalam penelitian uji validitas tersebut.

Uji Reabilitas

Uji Reabilitas yaitu bentuk instrumen yang handal saat digunakan untuk alat pengumpulan data lantaran telah baik. Ketentuan dalam mengukur uji reabilitas dengan statistik *Crombach Alpha* (α). Dapat ddekralisasi realibel apabila mempunyai nilai *Crombach Alpha* melebihi dari 0,60 sedang nilai reliabel tidak cukup dari 0,06 maka hasil yang didapatkan kurang baik.⁷

Uji Normalitas

Pada uji normalitas terdapat lebih dari satu metode penggunaannya sebagaimana metode grafik serta metode uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yang berketentuan apabila hasil uji yang telah digunakan signifikan diatas 0,05 maka, data yang telah dipakai dalam

⁶ M.Kes Dr. Sandu Siyoto, SKM. and M.A M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. Ayup, satu. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

⁷ Putu Ade Andre Payadnya and Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018).

pengujian ini berdistribusi normal. Namun apabila hasil yang keluar sebaliknya alhasil uji one sample tidak signifikan.⁸

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan sebagai pengujian pada suatu regresi mengalami tidak selaras antara varian dari residual dari focus satu dengan focus lainnya.⁹ Penemuan ada tidaknya suatu pola kategoris plot grafik yang berbentuk seperti bola, semakin besar dan semakin kecil atau sebaliknya. Apabila hasil plot menyebar yang berarti hasil tersebut dinyatakan tidak heteroskedastisitas..¹⁰

Uji Multikoleniaritas

Uji Multikoleniaritas dipakai untuk menentukan ada atau tidak deviasi dari asumsi klasik multikolinearitas, yakni keberadaan keterikatan linear dengan variabel tidak terikat pada model regresi. Cara menemukan ini, multikoleniaritas bisa diperiksa menggunakan faktor inflasi variasi (VIF) untuk variabel bebas. Jika variabel independen mempunyai VIF lebih dari 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas.¹¹

Uji T

Uji T (Uji Parsial) dimanfaatkan sebagai penentuan efek parsial variabel bebas pada variabel tergantung. Tujuan untuk melakukan tes yang parsial signifikan ini untuk menaksir terpisah efek yang muncul dari setiap variabel bebas pada variabel tergantung.

Uji F

Uji Koefisien Regresi atau juga bisa disebut Uji F bersimultan secara serentak. Uji F bisa dipakai mengukur perbandingan antara 2 variabel ataupun lebih, dan juga uji F bisa dimanfaatkan untuk mengetahui variabel independen bersimultan atau serentak berhubungan signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Dalam pengujian berkaitan dengan Uji ANOVA.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi dimana variabel tidak terikat menyajikan keseluruhan informasi yang diinginkan untuk mengira-ngirakan variabel ketergantungan. Pemakaian R squared terhadap total variabel tidak terikat dimasukkan dalam model. Tiap penambahan

⁸ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*, 1st ed. (Yogyakarta: CD Budi Utama, 2020).

⁹ Angrita Denziana, Indrayenti, and Ferdinan Fatah, "Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return," *Akuntansi & Keuangan* (2014): 23, <http://jurnal.ubl.ac.id>.

¹⁰ Dadan Sabrudin and Euphrasia Suzy Suhendra, "Dampak Akuntabilitas, Transparansi Dan Profesionalisme Paedagogik Terhadap Kinerja Guru Di Smkn 21 Jakarta," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2019): 38.

¹¹ Mulyono, "AnalisisUjiasumsiKlasik," *BinusBussinesSchool*(2019):1, <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>.

variabel bebas pada model, akibatnya R square harus tinggi terlepas dari antara variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan atau sebaliknya.¹²

Analisis Regresi Linier Berganda

Didalam tes hipotesis, analisis regresi berbilang dimanfaatkan sebagai pengujian efek dua variabel independen atau biasanya disebut sebagai variabel independen pada variabel tergantung. Dengan pengutipan keputusan sebagai berikut :

- a). apabila hasil signifikansi < 0.05 berarti variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh pada variabel minat beli konsumen (Y)
- b) jika hasil signifikansi < 0.05 yang artinya variabel legalitas halal (X2) berpengaruh pada minat beli konsumen (Y)
- c) Jika nilai dari kedua variabel tersebut < 0.05 maka keduanya sama-sama berpengaruh positif pada variabel minat beli konsumen (Y).

HASIL ANALISIS

Gambaran Umum Responden

Sebagaimana responden yang ada di penelitian kali ini yaitu pembeli atau pelanggan CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan dengan jumlah 66 responden, sebagaimana presentasi data responden menurut jenis, pendidikan terakhir, usia serta pendapatan dibawah ini:

Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	26	39,4	39,4	39,4
	Perempuan	40	60,6	60,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.2

Pendidikan_Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	8	12,1	12,1	12,1
	SMP	20	30,3	30,3	42,4
	SMA	33	50,0	50,0	92,4
	S1/S2	5	7,6	7,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis 4, no. 1 (2019): 34.

. Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	5	7,6	7,6	7,6
	21-30	20	30,3	30,3	37,9
	31-40	28	42,4	42,4	80,3
	41-50	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.4

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<500000	1	1,5	1,5	1,5
	500000-1000000	23	34,8	34,8	36,4
	1000000-2000000	19	28,8	28,8	65,2
	2000000-5000000	21	31,8	31,8	97,0
	>5000000	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0		

HASIL ANALISIS DATA

Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

Variabel Kualitas Layanan (X1)

Item_Total_Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17,85	2,377	,356	,669
X1.2	17,82	2,459	,375	,658
X1.3	17,86	2,212	,603	,564
X1.4	17,91	2,422	,404	,646
X1.5	17,95	2,167	,470	,617

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	5

Dalam pengujian uji validitas dan reabilitas instrument pada variabel kualitas layanan kepada minat beli konsumen terhadap produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan (X₁) dengan hasil dalam tabel tersebut menunjukkan semua pertanyaan yang disuguhkan memiliki indeks korelasi > 0.05 dan *Combach's Alpha* 0,682, demikian tersebut ditarik kesimpulan variabel kualitas layanan bernilai *Combach's Alpha* yang artinta tiap-tiap pertanyaan yang diberikan memiliki nilai atau hasil yang reabelitas.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas
Variabel X₂ (Legalitas Halal)

Item _Total_Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17,94	2,519	,310	,718
X2.2	17,88	2,416	,416	,674
X2.3	17,98	2,231	,606	,600
X2.4	17,94	2,366	,449	,661
X2.5	17,95	2,106	,549	,616

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,705	5

Sumber: Output data SPSS 21

Dalam pengujian validitas dan reabilitas terhadap variabel legalitas instrumen legalitas halal dalam kepentingan konsumen terhadap produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan (X₂) dengan hasil bahwa instrumen penelitian yang digunakan menunjukkan semua pertanyaan mempunyai indeks korelasi lebih (>) dari pada 0,05 dan *Combach's Alpha* lebih besar (>) dari 0,705, dalam hal tersebut ditentukan jika setiap variabel mempunyai Nilai *Combach's Alpha*. Setiap detail nilai pertanyaan bernilai reliabel sesuai dengan ketentuan Alpha reabilitas.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas
Variabel Y (Minat Beli Konsumen)

Item _Total_Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	17,83	2,479	,391	,695
Y1.2	17,82	2,520	,403	,689
Y1.3	17,86	2,273	,634	,601
Y1.4	17,89	2,404	,488	,656
Y1.5	17,92	2,286	,453	,672

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,712	5

Sumber: Output data SPSS 21

Pengujian validitas dan reabilitas instrument variabel minat membeli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan (Y) dengan hasil epngujian bahwa hasil instrument penelitian menurut tabel menentukan bahwa pertanyaan memiliki indeks korelasi > 0,05 dan *Crombach's Alpha* bernilai 0,712, artinya menunjukkan hasil yang reabilitas.

Uji Normalitas

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample_Kolmogorov-Smirnov_Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,15305859
Most Extreme Differences	Absolute	,236
	Positive	,182
	Negative	-,236
Kolmogorov-Smirnov Z		1,921
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: Output data SPSS 21

Dari data tabel tersebut disimpulkan jika uji normalitas dalam uji asumsi klasik berbilai 1,921dengan demikian adanya keterkaitan antara variabel (X_1, X_2) dan variabel minat beli konsumen (Y) sehingga hasilnyadinyatakan normal.

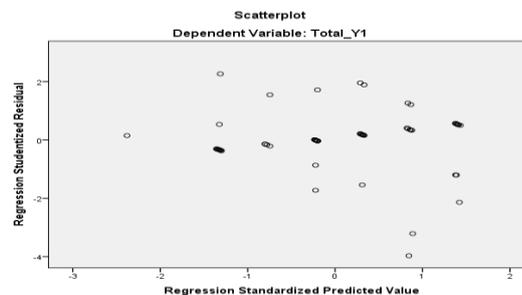
Uji Multikolinieritas

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,031	2,681		1,503	,138		
	Total X1	,016	,080	,016	,203	,840	,984	1,016
	Total X2	,800	,080	,788	10,054	,000	,984	1,016

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Menurut keluaran plot scatterplot yang ditampilkan di gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tidak jelas mewakili tiang saat ini. Oleh karena itu, dalam situasi ini terdapat bahwa tidak ada bukti heteroskedastik..

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 4.10

Hasil Uji R²

Model_Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,787 ^a	,619	,607	1,171

a. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1

Dari tabel yang telah dipaparkan tersebut diketahui jumlah hasil adjusted R square 1,171. Dengan demikian hal itu menunjukkan bahwasannya variabel bebas pada penelitian ini untuk menjelaskan variabel terikat bernilai 61,9%, dengan sisa senilai 38,1% yang

diterangkan selain dari variabel keterikatan atau variabel bebas yang dimasukkan di penelitian ini.

Uji t

Tabel 4.11

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24,238	2,842		8,530	,000
Total X1	-,085	,127	-,084	-,673	,504

a. Dependent Variable: Total_Y1

Pada Variabel kualitas layanan (X1) member pengaruh positif signifikansi pada minat beli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan. Dengan demikian itu terlihat nilai signifikan kualitas layanan (X1) 0,504 > 0,05.

Nilai $t_{tabel} = t(a/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 66-2-1) = (0,025;63) = 1,999$. Menurut hasil uji t (*Coefficient*) dengan persial nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,673 < 1,999$ dengan hasil signifikan 0,504 > 0,05. sehingga dapat diterangkan H_0 diterima sedangkan H_1 tidak diterima. Maka dari itu pernyataan hipotesis yang berbunyi variabel kualitas layanan (X1) memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) diterima secara persial.

Tabel 4.12

Hasil uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,438	1,763		2,518	,014
Total X2	,798	,078	,786	10,186	,000

a. Dependent Variable: Total_Y1

Variabel legalitas halal (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan. Pernyataan tersebut dilihat dari hasil signifikan legalitas halal (X2) 0,000 < 0,05.

Sedangkan nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = (0,05/2; 66-2-1) = (0,025; 63) = 1,999$. Dari hasil uji t (*Coefficient*) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $10,186 > 1,999$ sedangkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sebagaimana pernyataan hipotesis bahwa variabel legalitas halal (X2) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) diterima.

Uji F

Tabel 4.13

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140,246	2	70,123	51,119	,000 ^b
	Residual	86,420	63	1,372		
	Total	226,667	65			

a. Dependent Variable: Total Y1

b. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1

Apabila hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ diartikan sebagaimana model regresi telah benar. Kesimpulannya hasil tersebut memiliki pengaruh secara serentak dengan hasil dari $F_{tabel} = f(k; n-k)$, $F = (2; 66-2)$, $F_{tabel} = (2; 64) = 3,14$ dan kesalahan hanya 5%.

Menurut hasil pengujian tabel tersebut yang menyatakan bahwa hasil F_{hitung} 51,119 dan hasil F_{tabel} adalah 3,14, dengan demikian hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $51,119 > 3,14$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga pernyataannya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat diruraikan sebagaimana penjelasan diatas bahwasannya variabel kualitas layanan (X1) dan legalitas halal (X2) memiliki pengaruh signifikan simultan terhadap minat beli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan.

Uji Linier Berganda

Tabel 4.14

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,031	2,681		1,503	,138
	Total_X1	,016	,080	,016	,203	,840
	Total_X2	,800	,080	,788	10,054	,000

a. Dependent Variable: Total_Y1

a. Nilai *Constanta* menunjukkan hasil 4,031, yang artinya apabila ada yang berubah pada

variabel kualitas layanan dan legalitas halal (nilai X_1 dan X_2 merupakan 0) yang berarti minat beli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan sebesar 4,031.

- b. Nilai koefisien legalitas halal (X_1) bernilai 0,016 hal tersebut menunjukkan bahwasannya variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif bagi minat beli konsumen, yang artinya ada pengaruh d kualitas layanan pada minat beli konsumen di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan. Pengaruhnya sebesar 0,016, di mana jika kualitas layanan mengalami kenaikan satu secara otomatis minat beli konsumen akan ikut naik sebesar 0.016 dengan persepsi bahwa variabel dari lainnya konstan.
- c. Nilai koefisien legalitas halal (X_2) bernilai 0,800 hal ini menunjukkan bahwasannya variabel legalitas halal berkontribusi positif bagi ketertarikan konsumen, yang artinya ada pengaruh bagi legalitas halal pada minat membeli konsumen di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan. Pengaruhnya sebesar 0,800, di mana jika legalitas halal mengalami kenaikan satu yang artinya minat beli konsumen mengalami peningkatan pula sebesar 0,800 dengan persepsi bahwa variabel lain konstan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas layanan (X_1) terhadap minat beli konsumen pada produk di CV.

Satria Jaya Pandaan Pasuruan dari hasil uji hipotesis, H_1 diterima.

Menurut hasil uji regresi secara persial penelitian menentukan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) didapatkan hasil t_{hitung} senilai 0,673, sedang nilai t_{tabel} ($0,673 < 1,999$) dengan signifikasi $0,504 > 0,05$. Sebagaimana hal tersebut dapat disimpulkan mengenai hipotesis pertama yang berbunyi kualitas layanan berpengaruh signifikan negatif kepada minat beli konsumen.

Kualitas layanan adalah tingkat di mana keunggulan suatu produk ataupun bentuk jasa yang disajikan kepada konsumen guna sebagai pemenuhan keinginan para konsumen. Layanan dapat dikatakan berkualitas apabila bentuk layanan yang dirasa oleh pelanggan sesuai pada apa yang diinginkan. Dimana tingkat kualitas layanan itu sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen dalam menilai sesuatu

Pengaruh legalitas halal (X_2) terhadap minat beli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan dari hasil uji hipotesis, H_2 diterima.

Menurut nilai uji regresi secara persial pada analisis ini menentukan hasil dari variabel legalitas halal (X_2) didapatkan hasil t_{hitung} 10,186 dan nilai t_{tabel} ($10,186 > 1,999$) sedang nilai signifikasi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang berbunyi legalitas halal memiliki pengaruh signifikan positif pada minat beli konsumen.

Legalitas halal merupakan bentuk keamanan untuk umat islam dalam memilih produk makanan sesuai dengan syari'ah islam. Secara umum halal itu sendiri perkara atau perbuatan yang dibolehkan atau dibenarkan oleh syari'at islam

Pengaruh kualitas layanan (X_1) dan legalitas halal (X_2) berpengaruh bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan dari hasil uji hipotesis, H_2 diterima.

dari hasil f_{hitung} dengan nilai 51,119 sedangkan f_{tabel} bernilai 3,14. Lantaran hasil f_{hitung} lebih unggul dari pada f_{tabel} yang berarti dikatakan bahwa variabel independen dari kualitas layanan dan legalitas halal bersamaan mempengaruhi variabel keuntungan.

Diketahui besar R Square yaitu 0,619. Dengan ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (bebas) pada penelitian ini sebagai penjelasan bagi variabel dependen (terikat) adalah 61,9%, sisanya 38,1% yang dijelaskan faktor selain variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut.

KESIMPULAN

Dari paparan hasil penelitian serta pembahasan ini, dengan diuraikannya diatas, maka peneliti memberikan kesimpulan dari perolehan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dari kedua variabel kualitas layanan dan legalitas halal pada minat beli konsumen pada produk di CV. Satria Jaya Pandaan Pasuruan. Dengan hasil f_{hitung} yang bernilai 51,119 sedang f_{tabel} bernilai 3,14. Dikaarenakan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka, kesimpulannya variabel independen kualitas layanan (X_1) dan legalitas halal (X_2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Jaka. "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB." *Ecodemika* 2 (2018): 50. J Atmaja - Jurnal Ecodemica, 2018 - scholar.archive.org.
- Denziana, Angrita, Indrayenti, and Ferdinan Fatah. "Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return." *Akuntansi & Keuangan* (2014): 23. <http://jurnal.ubl.ac.id>.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes, and M.A M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Edited by Ayup. Satu. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Ernawatiningsih, Ni Putu Lisa. "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Berwirausaha." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 34.
- Febriana, Nina Indah. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* (2016).
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. 1st ed. Yogyakarta: CD Budi Utama, 2020.
- Hasan, KN Sofyan. "Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan." *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (2014): 227-238.
- Mulyono. "Analisis Uji Asumsi Klasik." *Binus Bussines School* (2019): 1. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>.
- Payadnya, Putu Ade Andre, and Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018.
- Rohaeni, Heni, and Nisa Warwa. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Ecodemika*(2018):314. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/4503>.
- Sabrudin, Dadan, and Euphrasia Suzy Suhendra. "Dampak Akuntabilitas, Transparansi Dan Profesionalisme Paedagogik Terhadap Kinerja Guru Di Smkn 21 Jakarta." *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2019): 38.
- Wahab, Wirdayani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* (2017).