

## DAMPAK SERTIFIKAT HALAL DAN BIAYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Sunarji Harahap<sup>1</sup>, Rahmatsyah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> FE, STIE Proffesional Manajemen Indonesia

<sup>2</sup> FE, IAIN Langsa

sunarjihrp@gmail.com<sup>1</sup>, rahmat@gmail.com<sup>2</sup>

Article Info	Abstract (Bahasa Inggris)
<p><b>Article history:</b></p> <p>Received : 15 Juni 2024 Revised : 25 Juli 2024 Accepted : 25 Agustus 2024</p>	<p><i>Customers of KFC Simpang Lima Fast Food Restaurant in Banda Aceh are the subjects of this study. This study aims to provide the impact of halal certification and in accordance with restaurant customer satisfaction. Primary data were collected through distributing questionnaires to KFC fast food restaurant customers as an example, while secondary data from previous studies and journals. This is a factor that has a partial effect of halal certification. significant on the level of consumer satisfaction who consume Kentucky Fried Chicken, which is intended because Tcount is greater than Ttable (4.927 is greater than 1.66071), which means that the Halal Certification variable has a partial positive and significant effect on customer happiness. Partially, the Price variable has a significant effect on consumer satisfaction who consume KFC which is determined by Tcount&gt; Ttable (4.123&gt; 1.66071) meaning that the Price variable has a partial positive and significant effect on Customer Satisfaction. Simultaneously, the Halal Certificate and Price variables have a significant influence. From the test results, F count&gt;F table (47.518&gt;3.09). This means that the Halal Certificate (X1) and Price (X2) variables work together and will influence Customer Satisfaction.</i></p>
<p><b>Keywords:</b></p> <p>Kepuasan Pelanggan, Harga, Sertifikat Halal</p>	<p><b>Abstrak (Bahasa Indonesia)</b></p> <p>Pelanggan Restoran Cepat Saji KFC Simpang Lima di Banda Aceh adalah subjek penelitian dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan dampak sertifikat halal dan sesuai dengan kepuasan pelanggan restoran. Data utama dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada pelanggan restoran cepat saji KFC sebagai contoh, sementara data sekunder dari studi dan jurnal sebelumnya. Ini adalah faktor yang berpengaruh secara parsial dari sertifikat halal.signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen yang mengonsumsi Kentucky Fried Chicken, yang ditujukan karena Thitung lebih besar dari Ttabel (4,927 lebih besar dari 1,66071), yang berarti variabel Sertifikasi Halal berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap kebahagiaan pelanggan. Secara parsial, variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mengonsumsi KFC yang ditentukan dengan Thitung&gt;Ttabel (4,123&gt;1,66071) artinya variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan variabel Sertifikat Halal dan Harga Berpengaruh Signifikan Dari hasil uji Fhitung&gt;Ftabel (47,518&gt;3,09) Artinya variabel Sertifikat Halal (X1), Harga (X2) berjalan beriringan maka akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.</p>

## 1. PENDAHULUAN

Produksi yang dibuat untuk memenuhi permintaan berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Produksi makanan, pakaian, dan papan adalah beberapa contoh produk yang dihasilkan. Salah satu yang mengalami pertumbuhan tercepat adalah kebutuhan pangan. Semakin banyak jenisnya, mulai dari bahan dasar makanan hingga bumbu dapur dan rumah makan. Proses pengolahan makanan telah berkembang sehingga manusia di zaman modern dapat membuat produk makanan hanya dengan bahan terkecil yang ada di alam. Makanan yang diolah dengan teknologi saat ini tidak 100% alami. Pasti ada bahan tambahan yang membantu makanan tetap bercita rasa tinggi dan tahan lama.

Jumlah orang Muslim di Indonesia terus meningkat. Setiap hari, jumlah orang Muslim meningkat dari Asia hingga benua Amerika. Selain itu, sekitar 85% orang Indonesia menganut agama Islam, menurut sensus tahun 2017. Artinya, mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Kebutuhan makanan muslim pasti akan terus meningkat. Namun, umat muslim, berbeda dengan penganut agama lain, memiliki beberapa persyaratan yang harus dipenuhi sebelum dapat mengonsumsi makanan tersebut. Untuk memastikan bahwa makanan tersebut halal untuk orang muslim, terdapat prosedur yang harus diikuti dan hal-hal yang harus dihindari.

Halal dalam bahasa berarti diijinkan. Secara umum pengertian halal ialah perkara atau perbuatan yang dibolehkan, diizinkan, atau dibenarkan syariat Islam. Jadi makanan halal adalah makanan yang dibolehkan untuk dimakan menurut ketentuan syariat Islam, yaitu segala sesuatu baik berupa tumbuhan, buah-buahan, atau binatang yang pada dasarnya adalah halal dimakan, kecuali apabila ada dalil Al-Qur'an dan Al-Hadits yang mengharamkannya (Sofyan, 2014).

Untuk memastikan bahwa makanan dan rumah makan yang dikonsumsi sehat, Anda harus memastikan bahwa mereka memiliki sertifikat halal. Sertifikasi halal adalah hasil dari proses pengujian sistematis produk yang dikeluarkan oleh pihak yang mengelulkannya (baik itu perusahaan maupun rumah makan) untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam perjanjian halal.

Kepuasan konsumen juga dapat tercapai jika produk tersebut dapat menjamin kualitas, kebersihan, serta keamanannya. Salah satu bentuk penjaminan tersebut adalah sertifikasi halal oleh LPPOM MUI. Dengan populasi masyarakat beragama Islam di Indonesia yang besar sebanyak 87,18% dari 232 juta jiwa (Routers, 2018), menjadikan permintaan akan produk halal semakin meningkat, sekaligus menjadikan peran lembaga sertifikasi halal sangat dibutuhkan bagi berlangsungnya penjaminan produk halal di Indonesia. Kepastian akan sebuah produk halal atau tidak halal diharuskan mengikuti mekanisme yang berlandaskan prinsip agama Islam (Izzuddin, 2018).

Salah satu cara untuk mengetahui bahwa produk tersebut halal dan telah mendapatkan sertifikasi halal adalah adanya label halal pada produk. Label halal sendiri merupakan tanda kehalalan sebuah produk (Undang-Undang Jaminan Produk Halal, 2014). Adanya label halal atau logo halal dalam sebuah produk dapat menambah kesan baik konsumen terhadap sebuah produk. Sebuah penilaian yang positif akan berdampak pada kesan konsumen terhadap sebuah merek (Hasibuan et al., 2017). Unsur kehalalan juga berperan sebagai media branding yang berupa iklan produk kebutuhan sehari-hari yang menyatakan produk tersebut adalah halal (Sari & Junaidi, 2020). Lebih utamanya, label halal menjadi sebuah bukti atas kualitas, keamanan serta kebersihan dari sebuah produk. Oleh karena itu, konsumen akan merasa terlindungi dalam mengonsumsi produk-produk berlabel halal sehingga terciptalah kepuasan. Dalam mengukur label halal terdapat beberapa indikator yang digunakan meliputi, ilustrasi, penulisan, atau gabungan keduanya, serta melekat pada kemasan (Bulan et al., 2017).

Lembaga sertifikasi halal yang ada di Indonesia adalah LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia). LPPOM MUI telah diberikan mandat oleh Pemerintah melalui penerbitan Keputusan Menteri Agama (KMA) 518 Tahun 2001 dan KMA 519 Tahun 2001, yang menguatkan MUI sebagai lembaga sertifikasi halal serta melakukan pemeriksaan/audit, penetapan fatwa, dan menerbitkan sertifikat halal (Nur dkk, 2016: 279).

Terdapat regulasi jaminan halal yaitu peraturan yang mengatur masalah sertifikat halal diantaranya ada Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang Pencantuman Tulisan "Halal" pada Label Makanan, UU RI Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan pasal 34 ayat (1), UU RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 8, dan UU No 18 tahun 2012 tentang Pangan yang berkaitan dengan pengaturan kehalalan dalam Bab VIII Label dan Iklan Pangan Pasal 97 ayat (1), (2) dan (3).

Produk pangan merupakan kebutuhan primer untuk manusia. Dikarenakan umat muslim yang terus berkembang maka permintaan produk pangan yang sudah terjamin kehalalannya akan meningkat. Dan sertifikat halal termasuk faktor utama sebagai pendorong untuk orang yakin bahwa suatu produk pangan tersebut sudah halal. Karena suatu produk pangan yang sudah mempunyai sertifikat halal akan memberi ketenangan kepada konsumen untuk mengonsumsi produk pangan tersebut.

*Dampak Sertifikat Halal Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen*

*(Sunarji Harahap, Rahmatsyah)*

Terdapat pula keuntungan untuk produsen yang dimana akan menjadikan produk pangannya setingkat lebih unggul dibandingkan produk tidak halal karena produk yang sudah memiliki sertifikat halal dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan, baik itu muslim maupun non muslim walaupun produsen yang menjual produk pangan tersebut belum tentu muslim. Menurut Aziz dan Vui (2013) sertifikat halal merupakan sebuah jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengonsumsi suatu produk. Sertifikasi halal ini dibuktikan dengan pencantuman logo halal pada kemasan produk.

Secara umum, pendekatan halal dalam proses pemasaran suatu produk juga dapat menetralkan image negatif yang diasosiasikan konsumen muslim terhadap suatu produk (Salehudin dan Lutfi, 2012). Sebuah penelitian pada tahun 2006 menemukan bahwa McDonald di Singapura mengalami peningkatan jumlah kunjungan sebesar 8 juta kunjungan setelah memperoleh sertifikat halal. Sementara KFC, Burger King dan Taco Bell juga mengalami peningkatan penjualan sebesar 20% setelah mereka memperoleh sertifikat halal (Lada dkk, 2009).

Selain sertifikat halal, harga juga merupakan hal yang menentukan kepuasan dari konsumen muslim atas produk pangan itu sendiri. Harga yang sesuai dengan kualitas suatu produk pangan itu juga menjadi salah satu faktor tercapainya kepuasan pelanggan saat mengonsumsi produk pangan tersebut. Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. (Hasan, 2008:298).

Jika harga yang ditetapkan pada suatu produk pangan itu kurang ataupun lebih dari harga yang ditargetkan oleh pelanggan, konsumen tentunya akan merasa tidak puas karena mengeluarkan biaya untuk suatu produk yang kualitasnya bisa jadi tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, termasuk konsumen muslim. Penetapan harga terhadap suatu produk pangan sangatlah penting. Tentunya banyak perusahaan maupun rumah makan yang berbeda tapi menyajikan produk yang sama.

Disaat kedua produk tersebut sama sama telah memiliki sertifikat halal, maka harga lah akan menentukan minat dari konsumen untuk memilih produk pangan ataupun rumah makan yang manakah yang dapat mencapai kepuasan pelanggan itu tadi. Karena kepuasan pelanggan akan tercapai jika biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas yang didapat. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler dan Keller, 2019:138).

Kepuasan pelanggan dalam konteks perusahaan jasa. Kepuasan menunjukkan bahwa atribut-atribut produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Menunjukkan bahwa kinerja produk sebagaimana dipersepsikan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk diukur dari persepsi pelanggan atas tingkat pemakaian suatu produk mempengaruhi tingkat kepuasan (Ningsih, 2017). Kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan pelanggan itu memastikan bahwa pasar sasaran mereka tahu juga tentang hal itu.

Perkembangan produk pangan dan rumah makan juga berdampak untuk Aceh salah satunya Banda Aceh. Banda Aceh merupakan kota bermayoritas agama Islam dan segala hukum yang diterapkan berlandaskan syariat Islam. Tentunya penduduk di Banda Aceh harus menomori produk pangan maupun rumah makan yang bersertifikat halal. Walaupun penduduk di Banda Aceh bermayoritas muslim, tetapi juga banyak terdapat warga non muslim yang berdomisili di daerah tersebut. Bahkan, warga non muslim di Banda Aceh pun banyak yang membuka usaha di bidang pangan, terutama rumah makan. Dan bahkan banyak pula rumah makan yang dikelola para non muslim di Banda Aceh terkenal akan lezatnya makanannya yang disajikannya.

Proses sertifikasi halal untuk suatu produk pangan cukup mudah. Apalagi dengan kemajuan teknologi seperti sekarang, proses pengajuan sertifikasi halal bisa melalui internet. Para peninjau pun tidak membutuhkan waktu lama karena sudah banyak teknologi yang mempercepat proses meneliti kandungan kandungan yang terdapat dalam suatu produk pangan maupun sajian-sajian yang terdapat di rumah makan. Dan jika ketentuan ketentuan sudah terpenuhi, perusahaan maupun rumah makan dapat memperoleh sertifikat halal tersebut tanpa membutuhkan proses yang panjang.

Sudah seharusnya produk pangan maupun rumah makan yang berada di Banda Aceh bersertifikat halal. Apalagi mayoritas penduduk di Banda Aceh beragama Islam. Dengan adanya sertifikat halal akan memberi kepuasan sendiri untuk konsumennya, terutama konsumen muslim. Selain LPPOM MUI, Aceh juga memiliki lembaga tersendiri untuk mengeluarkan sertifikat halal, yaitu LPPOM MPU Aceh. Jadi produk pangan maupun rumah makan yang mau mengajukan sertifikat halal tidak perlu ke LPPOM MUI, cukup mengajukan permohonan tersebut ke LPPOM MPU Aceh. Pengurusan sertifikat halal di Provinsi Aceh tidak dipungut biaya alias gratis.

Sertifikasi halal diajukan ke Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh dan segala prosedur pemeriksaan akan dilaksanakan lembaga pelaksana Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Kosmetika, dan Makanan (LPPOM). Untuk mendapatkan sertifikat tersebut, pelaku usaha dapat mengajukan

*Dampak Sertifikat Halal Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen*

*(Sunarji Harahap, Rahmatsyah)*

permohonan ke LPPOM MPU. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, antara lain: profil perusahaan, ktp, daftar bahan baku dan catatan proses produksinya. proses sertifikasi halal yaitu dengan mengajukan permohonan sertifikasi halal kepada LPPOM MPU, melengkapi persyaratan yang diminta dan penjadwalan audit. Dan salah satu rumah makan terkenal yang dikelola oleh warga non muslim di Banda Aceh adalah yaitu salah satu Restoran Cepat Saji KFC. KFC dikenal menjadi salah satu restoran cepat saji yang sudah memiliki sertifikat halal sehingga sudah banyak cabang di Banda Aceh.

Seperti yang kita ketahui KFC merupakan salah satu restoran cepat saji yang berasal dari Amerika Serikat. Amerika Serikat pun sendiri merupakan sekutu dari Israel. Banyak perspektif mengatakan bahwa sebagian penghasilan KFC dialihkan untuk mendanai Israel untuk memerangi rakyat Palestina. Bahkan, anak-anak kecil yang berumur mulai dari lima tahun yang bersekolah di TK islami/SD Islami sudah diingatkan oleh para guru mereka bahwa memakan KFC sama saja dengan menyumbangkan uang untuk kaum Israel.

Walaupun perspektif tersebut telah tersebar luas, jika kita tinjau ke lapangan, tidak ada KFC yang tidak ada pengunjungnya. Salah satu restoran cepat saji ini selalu ramai walaupun bukan jam makan siang/malam. Bukan karena kelezatan ayam gorengnya saja, tapi juga karena banyak menu yang disajikan di KFC cukup terjangkau sehingga banyak dari orang muda sampai orang tua pun banyak memakan KFC. Yang dimana artinya, masyarakat Banda Aceh ini tidak terlalu memperhatikan perspektif mengenai hubungan KFC dengan Israel. Masyarakat Banda Aceh lebih melihat mengenai harga dan kehalalan dalam restoran tersebut.

Padahal di Banda Aceh sudah banyak restoran cepat saji yang menyerupai KFC yang dimana tujuan dari restoran cepat saji yang menyerupai tersebut menjadi alternatif untuk masyarakat yang tidak mau lagi memakan KFC, dan tentu menyajikan harga yang jauh lebih murah dari KFC. Namun walaupun se itu KFC tetap menjadi nomor satu untuk restoran cepat saji yang menyajikan ayam goreng KFC di Banda Aceh karena rasa dari ayam goreng itu tadi sesuai dengan harga yang diberikan dan sudah memiliki sertifikat halal. Berdasarkan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk membuat penelitian berjudul: Dampak Sertifikat Halal dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Restoran Cepat Saji KFC Simpang Lima Banda Aceh).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2008). Penelitian kuantitatif, berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Sampel dapat dikumpulkan secara acak atau menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statis dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, dan menunjukkan bukti.

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan, yang berarti penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara menyeluruh latar belakang keadaan saat ini dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat yang terlibat dalam penelitian (Sugiyono, 2008).

Fokus penelitian ini adalah pelanggan Restoran Cepat Saji KFC Simpang Lima di Banda Aceh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh sertifikat halal dan harga terhadap kepuasan pelanggan restoran tersebut.

Untuk mengumpulkan data dan informasi, penulis menggunakan sumber data sebagai berikut: 1. Data primer Menurut Supranto (2012) data primer merupakan data yang diambil dan diolah sendiri oleh peneliti atau data secara langsung dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi melalui objeknya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh penyebaran angket pada sampel yang telah ditentukan, yaitu pelanggan KFC Simpang Lima Banda Aceh. 2. Data Sekunder Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain. Data sekunder dari penelitian ini diambil dari jurnal penelitian terdahulu, surat kabar dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa hal, yaitu: 1. Angket Untuk memperoleh data dan informasi berdasarkan pandangan konsumen peneliti menggunakan angket sebagai teknik pengumpulan data. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2008). Jadi dapat disimpulkan bahwa angket merupakan suatu alat atau teknik pengumpulan data yang berupa sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk mengungkapkan sikap atau persepsi responden 2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240), dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dengan metode ini, peneliti mengumpulkan data dari dokumen yang sudah ada

*Dampak Sertifikat Halal Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen*

*(Sunarji Harahap, Rahmatsyah)*

sehingga penulis dapat memperoleh catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian seperti : gambar umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan personalia, keadaan karyawan, catatan, foto-foto dan sebagainya.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan kerekeristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008). Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Restoran Cepat saji KFC Simpang Lima Banda Aceh. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila sampel terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2008).

Informasi dan data yang didapatkan dari sampel akan disimpulkan sebagai populasi, sehingga sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu nonprobability sampling dimana setiap anggota populasi tidak diberikan kesempatan yang sama untuk diajukan sampel. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 60 sampel. Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan pernyataan Supranto (2012) bahwa ukuran sampel yang baik ditentukan dengan cara, jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5) sampai sepuluh (10). Maka dalam penentuan jumlah sampel ini perhitungannya sebagai berikut: 12 pernyataan x 5 = 60 jadi peneliti membulatkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 sampel dengan menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya dapat lebih akurat dan representif.

Penelitian ini menggunakan angket sebagai teknik untuk mengumpulkan data. Dalam angket berisi jumlah pertanyaan yang tertulis untuk memperoleh informasi dari responden mengenai laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui oleh responden. Dalam hal ini, angket yang akan penulis bagikan berisi pernyataan yang berkaitan dengan Restoran Cepat saji KFC Banda Aceh, kemudian responden akan memilih memberikan jawaban atas pernyataan tersebut. Setiap jawaban yang akan diberikan kepada responden akan diberikan bobot nilai. Ghozali (2013).

Skala 1 sampai 5 untuk memudahkan responden dalam menjawab pernyataan yang diajukan. Di mana, tiap-tiap pertanyaan/pernyataan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala likert tersebut. Berdasarkan hipotesis di atas, indikator pertanyaan/pernyataan mencakup tentang sertifikat halal, harga dan kepuasan pelanggan Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval pilihan rata-rata responden. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyaknya kelas interval sebanyak lima kelas, dengan rumus yang digunakan menurut Sudjana (2005).

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Dimana:

Rentang = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

Banyaknya kelas interval = 5

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. a. Variabel Bebas (Independent Variable) Menurut Sugiyono (2008), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Sertifikat Halal (X1), dan Harga (X2) b. Variabel Terikat (Dependent Variable) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Suatu kuesioner dapat dilakukan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai hitung r (correct item total correlation) dengan nilai tabel r dengan ketentuan untuk degree of freedom (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen (Ghozali, 2013). Bila r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Menurut Ghazali (2013), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa suatu variabel reliabel.

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif untuk mengolah dari hasil penelitian. Untuk mengolah data hasil penelitian penulis menggunakan program SPSS dengan bantuan metode analisis regresi linier berganda. Namun, sebelum itu ada uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian telah memenuhi beberapa asumsi klasik, maka akan diperoleh perkiraan yang tidak biasa serta efisien (Ghozali, 2013)

Uji Normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau statistik nonparametrik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Umar, 2008). Normalitas dalam penelitian ini dilihat dari normalitas nilai residual dengan menggunakan uji statistik berdasarkan nilai Jarque Bera (J-B) yang berpedoman dengan data yang dikatakan normal jika nilai probability-value  $> 0,05$ .

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut tidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastisitas. Pengujian dilakukan uji glejser. Kriteria pengambilan keputusan adalah signifikansi dari variabel bebas lebih dari 0,05 maka homoskedastisitas (Ghozali, 2013).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance dan variance inflation factor (VIF) (Ghozali, 2013). Cara yang digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0,10.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh variabel sertifikat halal dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan program SPSS sebagai alat bantu untuk memperoleh hasil yang akurat.

Uji persial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (persial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji persial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Adapun hipotesis dari uji persial sebagai berikut: 1.  $H_0 = 0$ , artinya sertifikat halal tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen  $H_a 0$ , artinya sertifikat halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen  $H_0 = 0$ , artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.  $H_a 0$ , artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian setiap koefisien regresi variabel independen dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai t hitung  $> t$  tabel dan nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel sertifikat halal dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, apabila nilai t hitung  $< t$  tabel dan nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel sertifikat halal dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (serentak) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah variabel sertifikat halal dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun hipotesis dari uji simultan sebagai berikut: 1.  $H_0 = 0$ , artinya variabel sertifikat halal dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2.  $H_a 0$ , artinya variabel sertifikat halal dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai f hitung  $> f$  tabel dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel sertifikat halal dan harga secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya apabila nilai f hitung  $< f$  tabel dan nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel sertifikat halal dan harga secara serentak tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Setiap tambahan variabel independen ke dalam model R square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti R square, nilai adjusted R square dapat naik dan turun apabila terdapat tambahan variabel independen ke dalam model. Oleh karena itu sebaiknya digunakan nilai adjusted R square untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2013).

### 3) HASIL dan PEMBAHASAN

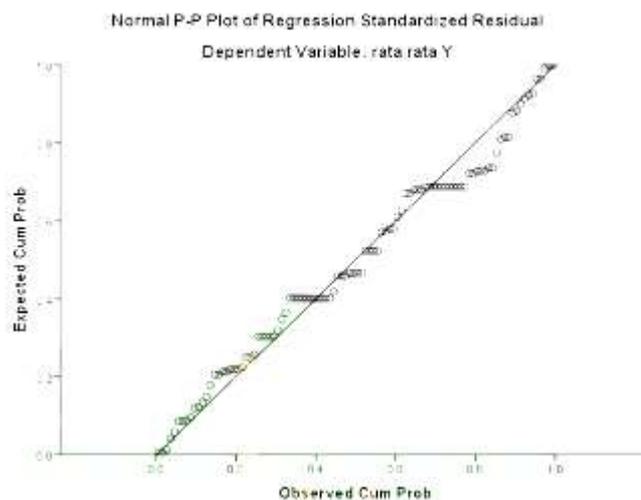
*Dampak Sertifikat Halal Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen*

*(Sunarji Harahap, Rahmatsyah)*

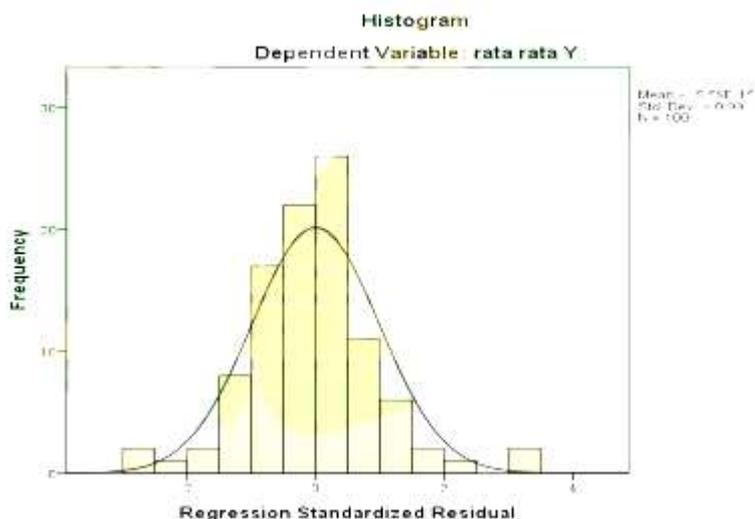
Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Suatu kuesioner dapat dilakukan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05. Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya. Bila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawabannya seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat diukur melalui reliability statistics pada nilai perhitungan menggunakan SPSS 22. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut: a. Reliabel jika nilai Cronbach alpha  $>$  0,60 b. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha  $<$  0,60.

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian parametric-test (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (berdistribusi normal). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji grafik histogram dan uji grafik Normal P-P Plot. Dapat terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih besar dari  $\alpha$  0,05, sedangkan data tidak terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 (Sarjono dan Julianti, 2011). Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan 2 metode yaitu grafik histogram dan grafik Normal P-P Plot. Hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS22 dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Uji Normalitas



Gambar 2. Histogram Normalitas

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

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastisitas. Pengujian dilakukan uji glejser.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu variabel Sertifikat Halal (X1) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,113 > 0,05, variabel Harga (X2) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,251 > 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance dan variance inflation factor (VIF) (Ghozali, 2013). Cara yang digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0,10.

Berikut hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF dan nilai tolerance variabel Sertifikat Halal (X1) sebesar 0,677; variabel Harga (X2) sebesar 0,677. Nilai tolerance seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,10. Sementara itu VIF seluruh variabel penelitian juga menunjukkan hasil yang lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disampaikan bahwa data penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel Sertifikat Halal (X1) adalah -0,138, variabel Harga (X2) adalah 1,185 dan konstanta sebesar - 0,241 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,959 + 0,384X_1 + 0,395X_2 + e$$

Model persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut : a. Konstanta sebesar 0,959 menyatakan bahwa tanpa adanya variabel Sertifikat Harga (X1), Harga (X2) maka nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0,959. b. Koefisien b1 sebesar 0,384, artinya hubungan antara variabel Sertifikat Halal (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif atau setiap kenaikan Sertifikat Halal (X1) sebesar 1 poin maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,384. c. Koefisien b2 sebesar 0,395, artinya hubungan antara variabel Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif atau setiap Harga (X2) sebesar 1 poin maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,395.

Uji parsial atau uji t bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi

*Dampak Sertifikat Halal Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen*

*(Sunarji Harahap, Rahmatsyah)*

variabel dependen (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 0,05. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Dengan taraf signifikan 0,05,  $df = n - k = 100 - 3 = 97$ , dimana jumlah k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, serta dengan menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t tabel pada penelitian ini sebesar 1,66071.

Nilai t hitung variabel Harga (X2) sebesar 4,123 yang lebih besar dari t tabel 1,66071 dengan probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$ , artinya variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, tolak  $H_0$  terima  $H_a$ , yaitu  $H_0$ , Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan  $H_a$ , Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (serentak) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah variabel Sertifikat Halal dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai f hitung  $> f$  tabel dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel sertifikat Halal dan Harga secara serentak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebaliknya apabila nilai f hitung  $< f$  tabel dan nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel Sertifikat Halal dan Harga secara serentak tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dengan taraf signifikan 0,05,  $df_1 (N_1) = k - 1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df_2 (N_2) = n - k = 100 - 3 = 97$ , dimana k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F tabel pada penelitian ini sebesar 3,09.

Dari hasil uji F diatas diperoleh nilai f hitung sebesar 47,518 yang lebih besar dari f tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel Sertifikat Halal (X1), Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya variabel Sertifikat Halal (X1), Harga (X2) berjalan beriringan maka akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hasil hipotesis  $H_0$ , Sertifikat Halal dan Harga secara bersama tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan  $H_a$ , Sertifikat Halal dan Harga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji koefisien determinasi atau R-square ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

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

#### 4) KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

##### 4.1. Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Sertifikat Halal dan Harga terhadap kepuasan pelanggan yang mengkonsumsi KFC dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Secara parsial, variabel Sertifikat Halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mengkonsumsi KFC, yang ditunjukkan dengan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $4,927 > 1,66071$ ) dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya variabel Sertifikat Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dengan kata lain tolak  $H_0$  terima  $H_a$ , yaitu  $H_0$  Sertifikat Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan  $H_a$ , Sertifikat Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan 2. Secara parsial, variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mengkonsumsi KFC yang ditunjukkan dengan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $4,123 > 1,66071$ ) dengan probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$ , artinya variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, tolak  $H_0$  terima  $H_a$ , yaitu  $H_0$ , Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan  $H_a$ , Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 3. Secara simultan, variabel Sertifikat Halal dan Harga Berpengaruh Signifikan Dari hasil uji  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $47,518 > 3,09$ ) dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel Sertifikat Halal (X1), Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya variabel Sertifikat Halal (X1), Harga (X2) berjalan beriringan maka akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hasil hipotesis  $H_0$ , Sertifikat

*Dampak Sertifikat Halal Dan Biaya Terhadap Kepuasan Konsumen*

*(Sunarji Harahap, Rahmatsyah)*

Halal dan Harga secara bersama tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Ha, Sertifikat Halal dan Harga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### 4.2. Saran/Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut: 1. Masyarakat Aceh menganggap bahwa seluruh restoran di Aceh adalah restoran yang halal dikarenakan Aceh merupakan daerah yang bermayoritaskan muslim. Padahal belum tentu seluruh restoran tersebut terjamin kehalalannya. Sudah seharusnya masyarakat Aceh lebih bijak untuk memastikan terlebih dahulu apakah restoran yang dikunjungi sudah memiliki sertifikat halal atau tidak. 2. Di harapkan kepada pemerintah Aceh untuk lebih mensosialisasikan pentingnya mengenai sertifikat Halal dan mensosialisasikan pula kepada restoran yang belum melakukan sertifikasi halal harap segera melakukannya. 3. Restoran KFC merupakan salah satu restoran cepat saji terfavorit di Indonesia, khususnya di Aceh. Sudah seharusnya KFC terus menjaga kualitas makanan dengan bahan-bahan terbaik yang terjamin kehalalannya dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. 4. Diharapkan kepada masyarakat agar tidak mudah mempercayai berita-berita mengenai suatu restoran. Sudah seharusnya sebagai masyarakat yang bijak harus mencari tahu dulu kebenaran dari berita tersebut sebelum menyebarkannya kepada orang lain.

#### REFERENSI

- Alfian, A., & Sabeni, A. (2013). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan konservatisme akuntansi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 123–132.
- Adam, Panji (2017). Kedudukan Sertifikat Halal Dalam Sistem Hukum Nasiona Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna*, Vol. 1 No. 1 (Januari, 2017), Hal 150-165, *Jurnal al ASAS*, Vol.6, No.2, Jurnal
- Ar Rasyid, Abdurrahman. (2006) Halal Haram menurut Al-Qur'an dan Hadist, Jakarta: Prestasi Pustaka, Cet. I
- Aziz Y.A. dan Vui. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*,
- Achmad, Tarmidzi & Willyanto K. Kusumo. (2003). Analsis Rasio-rasio Keuangan sebagai Indikator dalam Memprediksi Potensi Kebangkrutan Perbankan di Indonesia. *Media Ekonomi dan Bisnis*, Vol.XV, No.1, Juni, pp.54-75
- Agus Satono. 2008. Manajemen keuangan teori, dan aplikasi. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Almilia, L. S. dan Winny Herdiningtyas, 2005. Analisis Rasio CAMEL Terhadap Prediksi Kondisi Bermasalah Pada Lembaga Perbankan Periode 2000-2002, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 7 No.2 November 2005.
- Agus Harjito, Martono. 2008. Manajemen Keuangan, edisi 1. Yogyakarta: EKONISIA
- Bagus Laksono.2006. Analisis Pengaruh Return On Asset, Sales Growth, Asset Growth, Cash Flow dan Likuiditas terhadap Dividend Payout Ratio (perbandingan pada perusahaan Multi National Company dan Domestoc Corporation yang listed di bursa Efek Jakarta Periode 2002-2004. Tesis Universitas Diponegoro
- Baridwan, Zaki (2004), *Intermediate Accounting "Akuntansi Menengah"*, Buku 2, Edisi 21, Salemba Empat. Jakarta
- Batubara, D., & Hardana, A. (2024). Efektifitas Wisata dalam Pertumbuhan Ekonomi di Tapanuli Selatan. *El-Kahfi | Journal of Islamic Economics*, 5(01), 52-60.
- Bolton, L. E., Warlop, L., & Alba, J. W. (2003). Consumer perceptions of price (Un ) fairness. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 474–491.
- Dietrich, Andreas and Gabrielle Wanzeried. 2014. "The Determinants of Commercial Banking Profitability in Low, Middle and High Income Countries". Elsevier *Journal Eneke*, C.I., Nweze, A. U., & Agu, C.I. (2015). The Effect of devidence payout of performance

- evaluation: Evidende of Quoted Cement Companies in Nigeria, *European Journal of Accounting, Auditing and Finance Research*, 3(11), 40-59
- Fitri, R.R., Hosen, M. N., & Muhari, S. (2016) Analysis of Factors that Impact Dividend Payout Ratio on Listed Companies at Jakarta Islamic Index. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Science*, 6(2), 87-97
- Hardana, A. (2018a). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil Di Kota Padangsidempuan Dan Kabupaten Tapanuli Selatan. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.886>
- Hardana, A. (2018b). Model Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6(2). <https://doi.org/10.24952/masharif.v6i2.1146>
- Hardana, A. (2022a). Implementasi Akad Murabahah Untuk Pembiayaan Modal Usaha Di Bank Syariah Indonesia Sipirok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 2(4).
- Hardana, A. (2022b). Pengaruh Investasi Aktiva Tetap, Modal Kerja Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. *Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business*, 1(1).
- Hardana, A., Royani, I., Situmorang, I. S., & Ariyanda, B. (2022). Financial Performance Analysis at PT. Bank Syariah Mandiri With Method Economic Value Adde (Eva). *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(1).
- Hasibuan S.P, Malayu. 2008. Dasar – dasar Perbankan. Jakarta: PT. Grafindo
- Hodgson, S. F., Watts, N. B., Bilezikian, J. P., Clarke, B. L., Gray, T. K., Harris, D. W., Johnston, C. C., Kleerekoper, M., Lindsay, R., & Luckey, M. M. (2003). American Association of Clinical Endocrinologists Medical Guidelines For Clinical Practice For The Prevention and Treatment of Postmenopausal Osteoporosis: 2001 Edition, With Selected Updates For 2003\*: AACE Osteoporosis Task Force. *Endocrine Practice*, 9(6), 544–564.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2006. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Edisi Kelima. UPP STIM YKPN : Yogyakarta.
- Fadilah, Nor (2013). Jangan Makan Barang Haram : Dampak Buruk Asupan yang Dilarang Islam terhadap Kesehatan. Banguntapan Jogjakarta.
- Najah Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2008). Marketing. Penerbit MedPress (Anggota IKAPI): Yogyakarta
- Hasan, Sofyan (2014) Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia, Yogyakarta Aswaja Pressindo, 2014
- Hilal, Syamsul (2014), konsep harga dalam ekonomi islam (Telaah Pemikiran IbnTaimiyah), JurnNuryadin, H. Muhammad Birusman (2007), Harga Dalam Perspektif Islam, , Mazahib Vol. IV, No. 1,
- Irawan, Handi, (2008). Membedah strategi Kepuasan pelanggan. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). (2012).<http://www.halaljakim.gov>
- Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2011). Manajemen Perbankan. Jakarta : Rajawali Pers
- Kasmir. (2014). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi, Cetakan keempatbelas, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.

- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 519 tahun 2001 pasal 1 menunjuk Majelis Ulama Indonesia (MUI).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lada, S., Tanakinjal, G.H., dan Amin, H. (2009) Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance
- L Al Azhar (2013). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Biaya Operasional Pendapatan Operasi Dan Loans To Deposit Ratio Terhadap Return Saham Industri Perbankan. Jurnal Akuntansi Universitas Riau
- Lukman, Dendawijaya. 2009. Manajemen Perbankan. Edisi Kedua. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Murhardi, Werner. R. (2008). Hubungan Capital Expenditure, Risiko Sistematis, Struktur Modal, Tingkat Kemampulabaan Terhadap Nilai Perusahaan. Manajemen & Bisnis, 7(1), 11-23.
- Mudrajad, Kuncoro dan Suhardjono. (2011). Manajemen Perbankan Teori Dan Aplikasi Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Pramintasari, Talisa Rahma dan Indah Fatmawati (2017) Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal, Vol 8, No 1
- Qardawi, Yusuf (2008) Halal Haram dalam Islam. Jakarta: Intermedia.
- Ramlan dan Nahrowi (2014), Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Spaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim, Jurnal Ahkam: Vol.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. (2016) pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk aqua, Jurnal STIE Semarang Vol 8, No 2
- Salehudin, I. dan Luthfi, B.A. (2012) Marketing Impact of Halal Labeling toward Indonesian Muslim Consumer's Behavioral Intention. ASEAN Marketing Journal, Vol 3 No 1, June 2011. ISSN 2085-5044 Presented partially in the 5th International Conference on Business and Management Research, Depok-Indonesia
- Sarwat. A. Lc., M.A. (2014). Halal atau Haram. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sasongko, Felita dan Subagio, Hartono. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penye ria
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta. Sudjana. (2005). Metode Statiska Edisi ke-6. Bandung: Alfabeta.
- Rafelia, T. dan M. D. Ardiyanto. 2013. Pengaruh CAR, FDR, NPF, dan BOPO terhadap ROE pada Bank Syariah Mandiri periode 2008-2012. Journal of Accounting. Vol. 01 Ratio, Non Performing Loan, Net Interest Margin, Bopo dan Loan To Deposit Ratio terhadap Return On Asset
- Riyanto, 2001. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, Yogyakarta : BPFE
- Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal. (2007). Credit Management Handbook. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Saputri, S.F.H. (2016). Pengaruh CAR, BOPO, NPL, dan FDR Terhadap ROE Pada Bank Devisa. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, 5(5)
- Sartono, Agus. "Manajemen keuangan teori dan aplikasi." Yogyakarta: BPFEE (2001)

- Setyawan, R.A.B. (2014). Analisis Dampak Debt To Equity Ratio, Return On Equity, Return On Investment, Firm Size, Dan Net Profit Margin Terhadap Kebijakan Dividen Kas Pada Sektor Keuangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013. *Jurnal Mahasiswa*.
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri: 2*. Bogor: IPB Press.
- Sumarwan, Ujang. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Supranto. (2012). *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yenti, Y. E., & Syofyan, E. (2013). Pengaruh konservatisme akuntansi terhadap penilaian ekuitas dengan good corporate governance sebagai variabel pemoderasi (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT BEI). *Wahana Riset Akuntansi*, 1(2), 201–218.