

**PENGARUH SERTIFIKAT HALAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS KONSUMEN DI ROKET CHICKEN
BANDAR BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

HILDAENI RISFIANA SOLECHA
NIM: 2013214417

**JURUSAN S1EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hildaeni Risfiana Solecha
NIM : 2013214417
Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikat Halal, Harga dan
Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian (Studi Kasus Konsumen di Raket
Chicken Bandar Batang)

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya, Apabila Skripsi ini terbukti hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 18 Desember 2018

Yang Menyatakan



Hildaeni Risfiana Solecha
2013214417

NOTA PEMBIMBING

Kuat Ismanto, M.Ag

GrahaNaya Residence B.02 Kampil, Wiradesa, Kab.Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah SKRIPSI sdr Hildaeni Risfiana Solecha

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum. wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara/i:

Nama : Hildaeni Risfiana Solecha

NIM : 2013214417

Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikat Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen di Raket Chicken Bandar Batang)

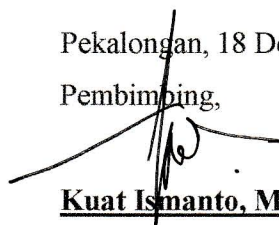
Dengan ini mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alakum. wr. Wb

Pekalongan, 18 Desember 2018

Pembimbing,


Kuat Ismanto, M.Ag

NIP 197912052009121001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan No. 52 Kajen, Pekalongan Tlp. (0285) 412575, Fax (0285) 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **HILDAENI RISFIANA SOLECHA**
NIM : **2013214417**
Judul Skripsi : **PENGARUH SERTIFIKAT HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS KONSUMEN DI ROKET CHICKEN BANDAR BATANG)**

Telah diujikan pada hari rabu, 06 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Ali Amin Iskandiar, M. Ag
NIP. 197408122005011002

Penguji II

Agus Arwani, M. Ag
NIP. 197608072014121002

Pekalongan, 19 Maret 2019

Disahkan oleh
Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H
NIP. 197502201999032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te

ث	Sas	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
ا = a		آ = ā
إ = i	إي = ai	إِي = ī
أ = u	أو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Tamarbuthah hidup dilambangkan

dengan /t/ Contoh :

مرأة جميلة ditulis

mar'atun jamilah

Tamarbuthah mati dilambangkan dengan

/h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasyid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberikan tanda syaddad tersebut.

Contoh :

رَبَّنَا ditulis *rabbānā*

الْبِرر ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah”

ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

س مثلاً	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
ل جرلاً	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
ة ديسلاً	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

ر قمرلاً	ditulis	<i>al-qamar</i>
ع بدلاً	ditulis	<i>al-badi'</i>
ل لجالاً	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

ا امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>sya</i>

PERSEMBAHAN

Atas berkat rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Alhamdulillahirobbil'alamin, atas izin-Nya skripsi ini dapat tersusun dengan baik dan lancar. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak (Marsudi) dan Ibu (Siti Sobicha), yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa dan segenap cinta, kasih sayang yang selalu mendampingi disetiap langkahku. Terima kasih, kasih sayangmu telah membawa anakmu pada pembelajaran arti hidup. Semoga ridho Ayah dan Ibu menjadi alasan Allah untuk meridhoi segala perjuanganku.
2. Dosen Pembimbing saya bapak Kuat Ismanto, M.Ag yang senantiasa memberikan bimbingan yang berarti bagi saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Kakakku tercinta Agus Farkhan, Ayu Purnama S, M. Akhsin, Fergawan Najib, M Nafiul Azmi dan adik saya Riyan Dwi Prasetyo, yang selalu memberiku dukungan, semangat dalam segala kesulitan yang selama ini di hadapi, selama proses pembuatan skripsi ini serta selalu mendukungku dalam keadaan suka cita.
4. Buat sahabatku Rozikin, Dewi Nur Athfiah, S.Pd, Ulfa Dwi kurnia, Himas Murtia Dewi, S.Pd, Dwi Nurfitri M, Miftah Rokhmah, Siti Mufrodah, S.Pd, Nur Khafidloh, S.H, Noufal F.I, Hasan Aziz yang selalu bersedia sebagai tempat mencurahkan segala keluh kesah dalam keadaan

suka maupun duka selama ini.

5. Terima kasih kepada Ibu Latifah selaku Supervisor dan Konsumen Raket Chicken Bandar Batang yang telah meluangkan waktunya memberikan informasi kepada penulis.
6. Para sahabatku seperjuangan S1 Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2014 dan teman-teman Ekonomi Syariah Kelas L terutama arum, ifka, okti, asna dan neva, terimakasih dariku, dengan kalian aku bisa belajar makna persahabatan yang tulus.
7. Teman-teman KKN angkatan 44, Bendan Kergon, Kecamatan Pekalongan Timur, Pekalongan yang telah bersama-sama merasakan manis dan pahitnya berada di kampung tersebut.
8. Para dosen IAIN Pekalongan, terimakasih telah berbagi ilmu dengan kami para mahasiswa. Semoga ALLAH meridhai amalan ilmu yang telah diberikan. Aamiin.
9. Civitas akademika IAIN Pekalongan dan pegawai perpustakaan IAIN Pekalongan.

Motto

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

**“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada
kemudahan”
(QS. Al-Insyirah: 6)**

**“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak
menyadari betapa dekatnya dengan keberhasilan saat mereka
menyerah.”**

(Thomas Alva Edison)

ABSTRAK

Solecha, Hildaeni Risfiana. 2018. *Pengaruh Sertifikat Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen di Raket Chicken Bandar Batang)*. Skripsi Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Kwat Ismanto, M.Ag.

Tujuan awal kita berkonsumsi haruslah tetap berada dalam jalur syar'i. hal tersebut dikarenakan norma islam secara garis besar mengedepankan kehalalan apa yang akan kita konsumsi. Sertifikat halal, harga dan kualitas produk adalah tiga dari sekian banyak alternatif yang digunakan oleh konsumen untuk memilih produk makanan, yaitu dilihat dari segi jaminan halal yang ada dalam produk makanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel sertifikat halal, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen di Raket Chicken Bandar Batang).

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Restaurant Raket Chicken Bandar Batang. Sampel dari penelitian ini diambil pada beberapa pelanggan Restaurant Raket Chicken Bandar Batang dengan menggunakan metode *accidental sampling*, sedangkan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus lemeshow. Terdapat 96 kuesioner yang dapat diolah dalam penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program IBM SPSS Statistic 22.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa sertifikat halal, harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Raket Chicken Bandar Batang.

KataKunci : Sertifikat Halal, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat kepada setiap makhluk ciptaanNya. Sholawat serta salam kita haturkan dalam setiap doa-doa kita untuk Baginda Rasulullah SAW yang kita harapkan syafaatnya nanti di dunia dan akhirat.Aamiin.

Skripsi yang berjudul "PENGARUH SERTIFIKAT HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS DI ROKET CHICKEN BANDAR BATANG)". Penyusunan skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan dan peran serta dari pihak-pihak lain. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Sinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Agus Fakhrina, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Masrur, M.E.I selaku Dosen Wali

5. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen pengajar Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan penulis dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun dari siapapun sangat penulis harapkan.

Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini akan dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Aamiin...

Pekalongan, 18 Desember 2018



Hildaeni Risfana Solecha
2013214417

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Signifikan Penelitian	7
D. Sistematika Penulisan.....	8
 BAB II KERANGKA TEORI	
A. Landasan Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Pengertian Halal	16
3. Sertifikat Halal	19
4. Harga.....	24
5. Kualitas Produk	31
B. Tinjauan Pustaka.....	38

	C. Kerangka Berpikir	45
	D. Hipotesis	48
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	51
	B. Setting Penelitian	52
	C. Variabel Penelitian	52
	D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	55
	E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian	57
	F. Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	73
	1. Sejarah Singkat Perusahaan	73
	2. Visi Misi.....	74
	3. Sistem Waralaba.....	74
	4. Struktrur Organisasi.....	75
	5. Daftar Menu	75
	6. Sumber Bahan	76
	7. Sertifikat Halal Pada PT. Rocket Chicken Indobesia Cabang Bandar Batang	77
	B. Deskripsi Data Responden.....	78
	1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
	2. Profil Responden Berdasarkan Usia	78
	3. Profil Responden Berdasarkan Lama Jadi Pelanggan	79
	4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
	5. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	80
	C. Analisis Data.....	81
	1. Uji Kualitas Data	81
	2. Uji Reliabilitas Instrumen	83
	3. Uji Asumsi Klasik	83
	4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
	5. Uji Hipotesis.....	91

D. Pembahasan	97
1. PengaruhSertifikat Halal TerhadapKeputusanPembelianKonsumen	97
2. PengaruhHargaTerhadapKeputusanPembelianKonsumen.....	98
3. PengaruhKualitasProdukTerhadapKeputusanPembelianKonsumen	100
4. PengaruhSertifikat Halal, HargadanKualitasProdukTerhadapKeputusanPembelian	101
5. UjiKoefisienDeterminasi (R^2).....	101
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu	39
Tabel 3.1 DefinisiOperasionalVariabel	54
Tabel 3.2 Skala Likert	58
Tabel 4.1 Daftar MenuPaket Rocket Chicken Bandar	75
Tabel 4.2 Daftar Menu Satuan Rocket Chicken Bandar	76
Tabel 4.3 RespondenBerdasarkanJenisKelamin	78
Tabel 4.4 RespondenBerdasarkanUsia.....	78
Tabel 4.5 RespondenBerdasarkan Lama JadiPelanggan.....	79
Tabel 4.6 RespondenBerdasarkanPekerjaan.....	80
Tabel 4.7 RespondenBerdasarkanPendapatan	80
Tabel 4.8 HasilUjiValiditasSertifikat Halal (X_1)	81
Tabel 4.9 HasilUjiValiditasHarga (X_2)	82
Tabel 4.10 HasilUjiValiditasKualitasProduk (X_3).....	82
Tabel 4.11 HasilUjiValiditasKeputusanPembelian(Y_1).....	82
Tabel 4.12 HasilUjiReliabilitasInstrumen	83
Tabel 4.13 One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test	86
Tabel 4.14 HasilUjiHeteroskedastisitas	88
Tabel 4.15 HasilUjiMultikolonieritas	89
Tabel 4.16 HasilUjiRegresi Linier Berganda	90
Tabel 4.17 HasilUji t	92
Tabel 4.18 HasilUji F	94
Tabel 4.19 HasilKoefisienDeterminasi (R^2).....	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model PerilakuKonsumen	12
Gambar 2.2 Tahap Proses Pembelian	15
Gambar 2.3 KerangkaBerfikir.....	45
Gambar 4.1 StrukturOrganisasiPada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Bandar Batang 2018	75
Gambar 4.2 Sertifikat Halal di Roket Chicken Bandar Batang	77
Gambar 4.3 Grafik Histogram KeputusanPembelian	84
Gambar 4.4 Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	85
Gambar 4.5 Grafik <i>Scarrplot</i> KeputusanPembelian.....	87
Gambar 4.6KurvaRegresiUji t (parsial) X_1	92
Gambar 4.7KurvaRegresiUji t (parsial) X_2	92
Gambar 4.8KurvaRegresiUji t (parsial) X_3	93
Gambar 4.9KurvaUji F (simultan).....	95

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	111
Lampiran 2 Data MentahKuesioner	115
Lampiran 3 Hasil Output UjiValiditas	119
Lampiran 4 Hasil Output UjiReliabilitas	123
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	124
Lampiran 6 HasilUji Regresi Linier Berganda	127
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	128
Lampiran 8 Daftar r tabel.....	129
Lampiran 9 Distribusi nilai t tabel.....	131
Lampiran 10 Distribusi nilai F tabel.....	136
Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian	140
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup	143

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan industri di bidang pangan di Indonesia menjadikan suatu peluang dan tantangan baru bagi pengusaha bisnis. Bandar merupakan sebuah kecamatan yang ditempati oleh beberapa etnis seperti Cina maupun Jawa. Tetapi Bandar merupakan sebuah kecamatan yang mayoritas penduduknya beragama muslim. Keberagaman etnis yang ada di kecamatan Bandar ini menjadikan suatu tantangan dan peluang bagi pengusaha makanan di kecamatan Bandar. Banyak pengusaha berlomba untuk menarik perhatian pelanggan dari pesaing dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Untuk menarik minat konsumen strategi mengembangkan produk melalui sertifikat halal.

Strategi mengembangkan produk melalui sertifikat halal perlu untuk dilakukan karena sertifikasi halal merupakan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan telah memenuhi ketentuan halal atau tidak. Kemudian hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterbitkannya sertifikat halal apabila produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal.¹ Produk halal kini bukan semata-mata isu agama islam, tetapi sudah menjadi isu dan perdagangan saat ini. Jaminan halal

¹Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.112-113.

sebuah produk sudah menjadi simbol global bahwa produk yang bersangkutan terjamin mutunya.²

LPPOM MUI menilai kesadaran pelaku usaha mulai meningkat secara perlahan namun belum signifikan untuk melakukan sertifikasi produk halal, meskipun sifatnya yang masih sukarela, belum menjadi kewajiban. Direktur Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI Lukmanul Hakim mengungkapkan semenjak setahun setelah UU No. 33/2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) disahkan, kesadaran pelaku usaha perlahan mulai tumbuh, namun belum signifikan. Mengutip dari data LPPOM MUI, bila melihat dari tren sejak lima tahun terakhir, jumlah produk yang sudah disertifikasi terus menunjukkan angka kenaikan yang signifikan. Pada tahun lalu, tercatat kenaikan mencapai 12,87%. Padahal, pada tahun sebelumnya naik 6,95%. Sepanjang lima tahun terakhir, jumlah produk yang sudah mendapat izin edar dari BPOM sudah mencapai 344.967 produk. Sedangkan, produk yang sudah disertifikasi MUI mencapai 188.691 produk. Artinya presentase perbandingannya baru mencapai 45,3%.³

Konsumen di bidang kuliner jaman sekarang telah dimanjakan oleh aneka jenis makanan siap saji (*fast food*). *Fast food* adalah jenis makanan yang dikemas, mudah disajikan, praktis, atau diolah dengan cara cepat. Makanan cepat saji umumnya diproduksi oleh industry pengelolaan pangan dengan teknologi tinggi dan memberikan berbagai zat untuk mengawetkan

²Tengku Putri, Khairul Fazrin. Pengaruh label halal dan bonus dalam kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk kinder joy pada masyarakat kota langsa. *Jurnal Internasional Manajemen dan Keuangan*, Vol 6, No.2,Th. 2007, Aceh, hlm. 731.

³<http://industri.bisnis.com> (Diakses 15 Februari 2016:16.28WIB).

dan memberikan cita rasa bagi produk tersebut. *Fast food* (makanan siap saji) biasanya berupa lauk pauk yang sudah matang atau tinggal dipanaskan seperti *fried chicken*, *steak*, *spaghetti*, *hamburger*, *nugget*, dan kentang goreng.⁴

Konsumen muslim adalah konsumen yang diharuskan mengonsumsi makanan yang halal dan baik. Konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi pada warung makan *fast food*, yaitu produk yang perusahaannya memiliki sertifikat halal. Tapi masih banyak masyarakat membeli produk yang akan dikonsumsi dengan berfikir bahwa produk yang diproduksi secara langsung dari bahan baku yang haram maka produk tersebut haram untuk dikonsumsi, tapi tidak berfikir lebih luas bahwa ada hal lain bisa berpengaruh terhadap kehalalan produk yang secara fisik halal, yaitu ada bahan campuran yang dipakai, proses ketika memproduksi, dan lain-lain. Sebagian masyarakat juga memutuskan untuk membeli sebuah produk karena faktor lain (misal: harganya murah, rasanya enak, dan lain-lain) tanpa memperhatikan kehalalan produk secara menyeluruh.

Selain sertifikat halal, persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah

⁴Meika Wahyuni, Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal Studi Kasus PT. Rocket Chicken Cabang Boja Kendal, *Skripsi Fakultas Ekonomi*, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015).

dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.⁵

Produk yang berkualitas akan lebih diminati sehingga mempunyai daya saing yang tinggi di pasar, bila perusahaan mampu memuaskan konsumen melalui berbagai aktivitas dari program pemasaran maka akan menjadi penentu bagi keberhasilan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, bisnis perusahaan harus selalu berupaya untuk menjaga hal yang terbaik untuk menciptakan produk yang dapat memuaskan para konsumen.⁶

Dalam pemilihan produk makanan konsumen sebaiknya menggunakan proses keputusan yang luas dengan tingkat keterlibatan tinggi. Sertifikat halal, harga dan kualitas produk sangat berdampak terhadap keputusan pembelian. Sebagai contoh *fried chicken* dari Raket Chicken Bandar Batang produk yang disajikan telah mempunyai sertifikat halal dari lembaga

⁵Tri Widodo, Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie, *Skripsi Fakultas Ekonomi*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

⁶Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 88.

yang berwenang. Disisi lain *fried chicken* mempunyai harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik. Hal ini sangat layak apabila Raket Chicken Bandar Batang dijadikan sebagai obyek penelitian.

Beberapa penelitian menunjukkan “Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta”. Dari hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa sertifikat halal, kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.⁷ “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa” oleh Agnes Ligia Pratisitia W dan Lisbeth Mananeke.⁸ Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi, lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Manajemen perusahaan sebaiknya meningkatkan promosi batik bentenan agar dapat lebih dikenal baik di pasar lokal, nasional maupun internasional. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” oleh Iful Anwar.⁹ Dari hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian,

⁷Danang Waskito, Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta, *Skripsi*, (Yogyakarta: UNY, 2015).

⁸Agnes Ligia Pratisitia W dan Lisbeth Mananeke, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa, *Skripsi*, (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2014).

⁹ Iful Anwar, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Showroom MaximHousewares Grand City Mall Surabaya), *Skripsi*, (Surabaya: STIESTA, 2015).

sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Roket Chicken Bandar Batang merupakan Restaurant yang menyajikan masakan Chinese food, Burger, Fried Chicken, Steak dan makanan sehat lainnya. Restaurant ini beralamat di Jalan Raya Bandar No. 104, Bandar Kluwih, Kec. Bandar Kab. Batang, Jawa Tengah 51254, lokasi yang strategis sangat memudahkan konsumen untuk menemukannya. Restaurant Rocket Chicken jalan raya Bandar memiliki sertifikat halal NA15320000201006. Selain restaurant Roket Chicken Bandar Batang ada beberapa pengusaha sejenis yang memiliki keunggulan produk masing-masing yang berada di daerah Bandar.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang akan diajukan dalam skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Sertifikat Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen di Roket Chicken Bandar Batang)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah sertifikat halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Roket Chicken Bandar Batang?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di Roket Chicken Bandar Batang?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang?
4. Apakah sertifikat halal, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang?

C. Signifikasi Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh sertifikat halal terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh sertifikat halal, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan yang berkonsentrasi pada Sertifikat Halal, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi Penulis, penelitian ini dapat memicu minat dan keinginan untuk memahami mengenai pengaruh sertifikat halal, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
- 2) Bagi Praktisi (produsen), penelitian ini dapat memberikan kesadaran bagi produsen untuk meningkatkan mutu produknya serta memberikan informasi sejujur-jujurnya mengenai informasi produk makanan yang siap saji (*fast food*).
- 3) Bagi Konsumen, penelitian ini dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai pentingnya pelabelan makanan dalam kemasan. Sehingga sebagai konsumen akan lebih berhati-hati dan jeli dalam membeli makanan siap saji (*fast food*).

D. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori, tinjauan pustaka, hipotesis dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang profil perusahaan (Roket Chicken Bandar Batang) dan temuan penelitian konsumen muslim pada Roket Chicken Bandar Batang. Selanjutnya akan dipaparkan pula jenis dan pendekatan penelitian, variable penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, instrument penelitian dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, hasil analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh sertifikat halal, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Bandar Batang analisis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar $4,438 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_{01} ditolak dan H_{11} diterima. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang.
2. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar $1,983 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,050 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_{02} ditolak dan H_{12} diterima. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang.
3. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar $3,680 > 1,664$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_{03} ditolak dan H_{13} diterima. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel kualitas produk

berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Raket Chicken Bandar Batang.

4. Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa variabel independen (harga dan kualitas produk) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), dengan nilai $F_{hitung} 39,464 > f_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
5. Analisis regresi linier berganda yang dilakukan telah menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,548 hal ini berarti variabel X (sertifikat halal, harga dan kualitas produk) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (keputusan Pembelian) sebesar 54,8%, sedangkan sisanya 45,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Semua variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen. Hal ini menjadi acuan perusahaan. Untuk meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang terjangkau bagi konsumen dan meyakinkan kepada konsumen bahwa produk yang diproduksi halal dan resmi memiliki sertifikat halal MUI.

2. Ketika membeli di warung makan, perhatikan kebersihan tempat, kebersihan makanan dan rasa dagingnya atau apabila memungkinkan tidak ada salahnya bertanya secara sopan kepada pihak produsen tentang status kehalalannya.
3. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topic sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain seperti kualitas pelayanan, lokasi dan *word of mouth*, karena masih banyak yang memungkinkan variabel-variabel lain tersebut memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian.
4. Penulis mengharapkan dengan adanya undang-undang serta surat keputusan bersama antara Menkes, Menag dan MUI mengenai sertifikat halal yang selama ini kurang di kenal masyarakat awam. Kini sudah dipahami dan sudah dirasakan betul manfaatnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Al-Haritsi Jaribah bin Ahmad. 2006. *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*. Jakarta : Khalifa.
- Al-Qurthubi Syeikh Imam. 2007. *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi* . Jakarta : Pustaka Azzam.
- Amin Ma'ruf, M. Ichwan Sam, dkk. 2011. *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ardianto Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatamana Media.
- Arwani Agus. 2018. *Modul Praktikum Komputer Keuangan Berbasis SPSS*. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Assauri Sofjan. 1996. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aqimuddin Eka, Kusmagi Marye Agung. 2010. *Solusi Bisnis Bila Terjerat Kasus Bisnis*. Jakarta: RAS.
- Bungin Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Foster Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Ghazali Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19Cet Ke-5*. Semarang: UNDIP.
- Indrawan Rully, R. Poppy Yaniawati. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Surabaya: Refika Aditama.
- Indriyanto Nur, Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen Cet Ke-6*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Laksana Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Latan Hengky, Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Lemeshow Stanley, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Morissan. 2010. *Peiklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mowen John C, Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen terjemahan Dwi Kartini Yahya, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana Imam. 2008. *Keputusan Pembelian Seri Manajemen Pemasaran*. Bandung : Gramedia.
- Nalim, Salafudin. 2014. *Statistik Inferensial*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Nor Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.
- Notoatmojo Soekidjo. 2003. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Purwanto Erwan Agus, Dyah Ratih Sulistiastuti. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Ruslan Rosyady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Schiffman Leon G. , Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen terjemahan Zoekifli Kasip, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks.
- Simamora Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

_____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS, Ed. I, Cet. Ke-2*. Jakarta: Kencana.

Stanton Wiliam J. 1998. *Prinsip Pemasaran Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Suharno, Yudi Sutarso. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumarwan Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.

Sunyoto Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Supriyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.

Swastha Basu, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. 2012. *Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima Edisi cetakan Ke2*. Yogyakarta: ANDI.

_____. 1996. *Strategi Bisnis dan Pemasaran*. Bandung : ANDI.

Umar Husein. 2000. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

_____. 1998. *Riset Sumber Daya Manusia dan Organisasi*. Jakarta: PT. SUN.

Yudistira. 2007. *Sosiologi, Suatu Kajian Kehidupan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wibowo Sukarno & Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Sedia.

Zainal Veithzal Rivai, Muhammad Syafei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad. 2014. *Islamic Business Management: Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta: BPEE Yogyakarta.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana.

B. SKRIPSI/JURNAL

Agnes Ligia Pratisitia W dan Lisbeth Mananeke. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa*. Skripsi. Manado: Universitas Sam Ratulangi.

Agus Susanto. 2013. *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karang Melati Demak*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Amalia Riski. 2016. *Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 STAIN Pekalongan*. Skripsi. Pekalongan: STAIN Pekalongan.

Amarinda Napitasari. 2018. *Analisis Minat Beli Konsumen Pada Restoran Bersertifikat Halal MUI di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2018 Studi Kasus Konsumen Waroeng Steak and Shake, Gudeg Yu Djum, Bakso Betesda 74*. Skripsi. Yogyakarta: UNY.

Danang Waskito. 2015. *Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UNY.

Dheany Arumsari. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan*

(AMDK) Merek AQUA (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah. Skripsi. Semarang: UNDIP.

Eri Agustian H. 2013. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello*. Jurnal Ilmiah Kesatuan (Vol.1 No.2 2013 PP 171-17). Bogor: STIE Kesatuan.

Ghina Kamila. 2017. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 06 No 02. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Iful Anwar. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya)*. Skripsi. Surabaya: STIESTA.

Ika Putri Iswayanti. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Rumah Makan Soto Angkring Mas Boed di Semarang*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Imam Santoso. 2016. *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen Teknologi. Malang: Universitas Brawijaya.

Jessi Kemala Astuti. 2011. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik: Studi pada Mahasiswa Prodi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Jakarta*. Skripsi Ekonomi Syariah. Jakarta: Perpustakaan UIN.

Meika Wahyuni. 2015. *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal Studi Kasus PT. Rocket Chicken Cabang Boja Kendal*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Semarang: UIN Walisongo Semarang.

Sofian Muda. 2013. *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Kosmetik Dikalangan Mahasiswi UMY*. Tesis Pasca Sarjana. Yogyakarta: UMY.

Tengku Putri, Khairul Fazrin. 2007. *Pengaruh label halal dan bonus dalam kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk kinder joy pada*

masyarakat kota langsa. Jurnal Internasional Manajemen dan Keuangan, Vol 6, No.2. Aceh.

Tri Widodo. 2015. *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Try Adhi Prasetyo. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Waroeng Banboe Di Tembalang*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro.

Zuliana Rofiqoh. 2012. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instant Indofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah dan Ahwal Syakhsiyah Semester VIII IAIN Walisongo Semarang*. Skripsi Ilmu Ekonomi Islam. Semarang: IAIN Walisongo.

C. INTERNET

<http://industri.bisnis.com> (Diakses 15 Februari 2016:16.28WIB)

<http://halalmuijatim.org/sertifikasi/tentang-sertifikat-halal>.

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

**PENGARUH SERTIFIKAT HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen di Raket Chicken Bandar Batang)**

KUESIONER

Apakah Anda pernah Menikmati Menu makanan di Roket Chicken Bandar Batang?

- a. Ya b. Tidak

Jika (a) Ya, maka lanjutkan pertanyaan kuesioner dibawah ini.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Umur : a. 16-25 tahun b. 26-35 tahun
 c. 36-45 tahun d. > 45 tahun
4. Lama Jadi Pelanggan : a. 3 bulan b. 1 tahun
 c. 2 tahun d. > 2 tahun
5. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa b. Wiraswasta
 c. PNS d. Buruh
6. Pendapatan Per bulan : a. Rp 100.000; - Rp 500.000;
 b. Rp 500.000; - Rp 1.000.000;
 c. Rp 1.000.000; - Rp 5.000.000;
 d. > 5.000.000

B. PETUNJUK PENGISIAN DAFTAR PERTANYAAN

1. Pilihlah jawaban pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.
2. Saudara dapat memberikan tanda **(X)** pada salah satu jawaban **SS, S, N, TS** dan **STS** pada kolom yang telah disediakan. Bila saudara ingin memperbaiki jawaban yang telah saudara buat, maka berilah tanda sama dengan (=), kemudian pilih dan berilah tanda saling pada jawaban terbaru dan benar, dimana :
 - a. SS = Sangat Setuju diberi skor 5
 - b. S = Setuju diberi skor 4
 - c. N = Netral diberi skor 3
 - d. TS = Tidak Setuju diberi skor 2
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

Dimensi	Pertanyaan	Skala Pengukuran				
		SS	S	N	TS	STS
1. Sertifikat Halal/Label Halal						
Pengetahuan	1. Saya mengetahui bahwa beberapa produk di Raket Chicken telah mendapat sertifikasi halal dari MUI.					
Kepercayaan	2. Menurut saya Restaurant Raket Chicken yang telah bersertifikat halal dijamin kualitas dan kehalalannya.					
Penilaian	3. Saya merasa sertifikat halal mampu memberikan kepuasan dalam mengkonsumsi produk.					
2. Harga						
Terjangkau	4. Harga produk dapat dijangkau oleh semua kalangan baik remaja maupun dewasa.					

Kesesuaian harga dengan kualitasnya	5. Harga dengan kualitas produk sesuai dengan yang ditawarkan.					
Daya Saing	6. Harga produk mampu bersaing dan sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat.					
Potongan Harga/Diskon	7. PT Roket Chicken memberikan penawaran yang menarik berupa paket hemat.					
3. Kualitas Produk						
Keistimewaan	8. Produk yang dibuat rasanya enak dan sesuai dengan lidah konsumen.					
Daya Tahan	9. Produk tersebut masih terasa enak walaupun sudah disajikan lebih dari 6 jam.					
Kesesuaian	10. Penawaran menu sesuai dengan ketersediaan produk.					
Estetika	11. Aroma dan rasa chickennya berbeda dengan yang lain.					
Kesan Kualitas	12. Saya merasa tidak ada keluhan selama menikmati produk.					
4. Keputusan Pembelian						
Pengenalan Kebutuhan	13. Saya membeli produk karena adanya kebutuhan.					
Pencarian Informasi	14. Saya tertarik membeli produk karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat.					
Evaluasi	15. Sebelum membeli produk saya					

Alternatif	akan meninjau kembali proses produksinya.					
Perilaku waktu memakai	16. Saya merasa yakin dengan keputusan membeli produk di Restaurant Raket Chicken.					
Perilaku pasca pembelian	17. Saya merasa puas dan ingin membeli ulang produk.					

LAMPIRAN 2

DATA MENTAH KUESIONER

RESPONDEN	X1.1	X1.2	X1.3	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total Y
1	4	4	5	13	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	5	22
2	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	5	22
3	5	5	5	15	4	5	4	4	17	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	5	22
4	5	5	5	15	4	5	4	4	17	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	5	22
5	4	4	5	13	4	5	4	4	17	4	5	4	5	5	23	5	4	4	4	5	22
6	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	5	22
7	3	4	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
10	5	5	5	15	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	4	21
11	4	5	5	14	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
12	4	5	5	14	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
13	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
14	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
15	3	4	4	11	4	4	4	4	16	3	3	3	3	5	17	5	4	4	4	5	22
16	4	4	4	12	4	5	5	5	19	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	5	22
17	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	5	22
18	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	5	22
19	4	4	4	12	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
20	4	5	5	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
21	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23	4	4	3	5	4	20
22	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	5	4	20
23	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	5	4	20

24	4	3	4	11	5	4	4	5	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	3	4	18
25	3	3	4	10	4	4	5	5	18	3	3	3	4	4	17	4	4	4	3	4	19
26	3	3	5	11	3	3	3	3	12	3	3	3	4	4	17	4	4	4	3	4	19
27	4	5	5	14	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
28	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
29	4	4	3	11	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18
30	4	4	5	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
31	4	4	5	13	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
32	4	4	5	13	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
33	4	4	5	13	4	5	4	4	17	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
34	4	5	3	12	4	5	5	5	19	4	4	4	3	3	18	3	3	4	5	3	18
35	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
36	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
37	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
40	4	2	2	8	4	5	4	4	17	2	2	2	2	3	11	2	2	4	2	2	12
41	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
45	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
47	4	2	2	8	4	4	5	5	18	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
48	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
49	4	2	2	8	5	5	4	4	18	2	2	2	2	3	11	2	4	4	2	2	14
50	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
52	3	4	4	11	4	5	4	4	17	3	3	3	4	5	18	4	4	4	4	4	20

53	3	4	4	11	4	5	5	5	19	3	3	3	4	5	18	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	12	3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
59	4	2	2	8	4	4	4	4	16	4	4	4	2	3	17	2	2	2	2	2	10
60	4	4	4	12	4	5	5	5	19	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
65	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
66	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
67	4	4	4	12	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
68	4	2	2	8	5	4	5	5	19	4	4	4	5	4	21	2	5	5	2	2	16
69	4	2	2	8	5	4	5	5	19	2	2	2	2	4	12	2	5	5	2	2	16
70	3	4	4	11	4	4	4	4	16	3	3	3	4	4	17	4	5	5	4	4	22
71	3	4	4	11	3	3	3	3	12	3	3	3	4	4	17	4	5	5	4	4	22
72	3	4	4	11	4	4	3	3	14	3	3	3	4	4	17	4	5	5	4	4	22
73	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
74	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
75	4	5	4	13	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	4	23
76	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	4	23
77	4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	4	23
78	4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	4	23
79	4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	4	23
80	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
81	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22

82	3	4	4	11	4	4	3	3	14	3	3	3	4	4	17	4	5	5	4	4	22
83	3	4	4	11	4	5	4	4	17	3	3	3	4	5	18	4	4	5	4	4	21
84	3	4	4	11	4	5	4	4	17	3	3	3	4	5	18	4	4	5	4	4	21
85	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
86	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
87	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
89	4	5	4	13	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
90	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
91	4	5	4	13	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
92	4	5	4	13	5	5	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	4	21
93	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
96	3	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20

LAMPIRAN 3 : HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

1. SERTIFIKAT HALAL (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	SERTIFIKAT HALAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.243*	.089	.383**
	Sig. (2-tailed)		.017	.387	.000
	N	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.243*	1	.683**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.017		.000	.000
	N	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.089	.683**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.387	.000		.000
	N	96	96	96	96
SERTIFIKAT HALAL	Pearson Correlation	.383**	.887**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

2. HARGA (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	HARGA
X2.1	Pearson	1	.224*	.302**	.347**	.591**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.028	.003	.001	.000
X2.2	N	96	96	96	96	96
	Pearson	.224*	1	.135	.125	.494**
	Correlation					
X2.3	Sig. (2-tailed)	.028		.191	.225	.000
	N	96	96	96	96	96
	Pearson	.302**	.135	1	.982**	.882**
X2.4	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.003	.191		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
HARGA	Pearson	.347**	.125	.982**	1	.891**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.001	.225	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
	Pearson	.591**	.494**	.882**	.891**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

3. KUALITAS PRODUK (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	KUALITAS PRODUK
X3.1	Pearson Correlation	1	.982**	1.000**	.570**	.142	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.167	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.982**	1	.982**	.590**	.170	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.097	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	1.000**	.982**	1	.570**	.142	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.167	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.570**	.590**	.570**	1	.476**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.142	.170	.142	.476**	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.167	.097	.167	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.907**	.915**	.907**	.805**	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

4. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	KEPUTUSAN PEMBELIAN
Y1.1	Pearson Correlation	1	.287**	.120	.560**	1.000**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.005	.244	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.2	Pearson Correlation	.287**	1	.707**	.284**	.287**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.005	.005	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.3	Pearson Correlation	.120	.707**	1	.144	.120	.563**
	Sig. (2-tailed)	.244	.000		.160	.244	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.4	Pearson Correlation	.560**	.284**	.144	1	.560**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.160		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.5	Pearson Correlation	1.000**	.287**	.120	.560**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.244	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.820**	.690**	.563**	.730**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

LAMPIRAN 4: HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS

1. VARIABEL SERTIFIKAT HALAL

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.643	3

2. VARIABEL HARGA

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.700	4

3. VARIABEL KUALITAS PRODUK

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.860	5

4. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	5

LAMPIRAN 6: HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,660	2,396		3,614	,000
SERTIFIKAT HALAL	,670	,151	,433	4,438	,000
HARGA	,220	,111	,137	1,983	,050
KUALITAS PRODUK	,367	,100	,358	3,680	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

LAMPIRAN 7: HASIL UJI HIPOSESIS

1. HASIL UJI t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,660	2,396		3,614	,000
SERTIFIKAT HALAL	,670	,151	,433	4,438	,000
HARGA	,220	,111	,137	1,983	,050
KUALITAS PRODUK	,367	,100	,358	3,680	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

2. HASIL UJI F (Simultan)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	273,483	3	91,161	39,464	,000 ^a
Residual	212,517	92	2,310		
Total	486,000	95			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA, SERTIFIKAT HALAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

3. HASIL UJI DETERMINASI (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,563	,548	1,51986

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA, SERTIFIKAT HALAL

LAMPIRAN 8: DAFTAR r tabel

Distribusi nilai r tabel Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181

30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

LAMPIRAN 9

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

Df \ Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

df \ Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Df \ Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

df \ Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

LAMPIRAN 10**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11

25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75