

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, CITA RASA, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN**

(Studi Kasus Mie Gacoan Yogyakarta)

RINGKASAN STUDI KASUS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada
Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN**



DISUSUN OLEH:

MA'RIFATUN ISNA MURTI

3118 30518

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

TUGAS AKHIR

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, CITA RASA, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN

(Studi Kasus Mie Gacoan Yogyakarta)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MA'RIFATUN ISNA MURTI

No Induk Mahasiswa: 311830518

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 25 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

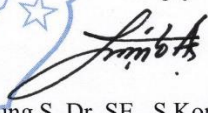
Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Theresia Trisanti, Dr., MBA., Ak. CA.

Penguji


Julianto Agung S, Dr., SE., S.Kom., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 25 Januari 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, CITA RASA, HARGA, DAN PROMOSI

TERHADAP TINGKAT PENJUALAN

(Studi Kasus Mie Gacoan Yogyakarta)

Ma'rifatun Isna Murti

Program Studi akuntansi STIE YKPN Yogyakarta

rhifha.moerti@gmail.com

ABSTRAK

Tingkat penjualan merupakan jumlah barang yang benar-benar terjual oleh sebuah perusahaan pada waktu tertentu. Bisa digambarkan sebagai hasil aktivitas yang dapat diukur dalam sebuah satuan. Salah satu rumah makan yang tingkat penjualannya tinggi adalah Mie Gacoan. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli produk makanan atau minuman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi tentang sertifikasi halal, cita rasa, harga dan promosi terhadap tingkat penjualan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menyebarkan link google form yang berisi kuesioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta. Metode analisis data yang digunakan adalah *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel cita rasa tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat penjualan; (2) variabel sertifikasi halal tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat penjualan; (3) variabel harga tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pilihan tingkat penjualan; dan (4) variabel promosi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat penjualan.

Kata kunci : cita rasa, sertifikasi halal, harga, promosi, tingkat penjualan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, CITA RASA, HARGA, DAN PROMOSI

TERHADAP TINGKAT PENJUALAN

(Studi Kasus Mie Gacoan Yogyakarta)

Ma'rifatun Isna Murti

Program Studi akuntansi STIE YKPN Yogyakarta

rhifha.moerti@gmail.com

ABSTRACT

Sales are the merchandise that is sold by a corporation at a particular time. Can be described as the activity that can be measured in a unit of. One of the restaurant with a sales were high Mie Gacoan. There are a few things that might affect the someone in buying food products or drink. Research aims to understand the effects of the perception of kosher certification, of flavor, prices and sales promotions. This is the kind of research quantitative research. Data were collected by spreading link google form containing a questionnaire to respondents. The population of this research is consumers Mie Gacoan in yogyakarta. The method of analysis the data used was Statistical Package for Social Science (SPSS).

This research result indicates that (1) variable flavored not significant positive on sales; (2) variable certification over not significant positive on sales; (3) variable price not significant positive sales and against a choice; (4) variable promotion not significant positive on sales.

Keywords: flavor, kosher certification, price, promotion, sales.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Masyarakat Indonesia dewasa ini semakin sadar akan informasi makanan yang mereka konsumsi. Penting untuk mengetahui bahan baku maupun proses produksinya pada sebuah produk. Informasi ini adalah satu hal utama dalam pertimbangan masyarakat dalam melakukan pembelian. Berhubungan dengan itu, sangat penting khususnya konsumen untuk mengetahui informasi dari produk minuman serta makanan yang mereka konsumsi sebagai upaya keselamatan dalam kegiatan konsumsi minuman dan makanan.

Banyak ragam dari makanan yang bisa dijumpai di sekitar kita. Masyarakat ditawarkan banyak pilihan makanan. Dari makanan tradisional maupun makanan kekinian. Dari sekedar camilan maupun makanan berat. Namun hal itu menyebabkan tingkat persaingan antar produsen makanan menjadi tinggi. Meskipun makanan yang ditawarkan berbeda tetapi mereka tidak dapat melakukan penjualan secara maksimal dikarenakan masyarakat memiliki banyak pilihan makanan.

Agar sebuah usaha dapat tetap memiliki keunggulan dari pesaing-pesaingnya pelaku bisnis harus tetap melakukan perkembangan yang inovatif dan juga melakukan perbaikan yang berkelanjutan yang dapat memberikan kualitas dan juga dapat memberikan pengalaman yang baik untuk konsumennya. Mie Gacoan Yogyakarta merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang minuman dan makanan dan juga memiliki 54 cabang yang terdapat di seluruh Indonesia dan 6 cabang di antaranya di D. I. Yogyakarta. Dimana Mie Gacoan sendiri memiliki Visi “Menjadi satu merk restoran mie terbaik dan terbesar di Indonesia”.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Marketing

Menurut The American Marketing Association (AMA) dalam *Principles of Marketing* (Albrech, Green, & Hoffman, 2023), marketing atau pemasaran didefinisikan sebagai tindakan,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

rangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan, dan menukar tawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya.

Sertifikasi Halal

Sertifikat halal pada sebuah produk berfungsi untuk mengetahui informasi produk dan sifat pada sebuah produk sehingga konsumen memiliki kesempatan untuk memilih beberapa produk sejenis yang saling berkompetisi (Ilyas, 2017)

Cita Rasa

Cita rasa merupakan sebuah cara memilih minuman atau makanan yang dapat dibedakan dari minuman maupun makanan tersebut. Cita rasa adalah atribut minuman dan makanan yang terdiri atas suhu, tekstur, bau, rasa, serta penampakan. Cita rasa adalah hasil kerja sama dari lima indera manusia, yaitu perasa, pencium, pendengaran serta penglihatan. Rasa adalah hasil dari kerja pengecap rasa yang ada di bagian lidah, kerongkongan, pipi atas mulut, dan merupakan anggota dari citarasa (Wikipedia Bahasa Indonesia).

Harga

Harga merupakan jumlah yang dikenakan untuk sebuah produk dan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari menggunakan atau memiliki layanan atau produk. Harga adalah pengorbanan finansial yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan layanan atau produk (Radix, 2010).

Promosi

Promosi Menurut A. Hamdani, promosi adalah suatu variabel terpenting pada bauran pemasaran ketika suatu perusahaan menjual produknya. Kegiatan promosi tidak saja berfungsi menjadi alat komunikasi antara konsumen dengan penjual, namun juga sebagai alat yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli ataupun juga menggunakan produk yang sesuai dengan kebutuhan maupun keinginannya.

Tingkat Penjualan

Penjualan dapat diartikan program yang terdiri dari bermacam kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mempromosikan dan memfasilitasi pengiriman produk atau barang dari suatu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengusaha ke konsumen. Menjual adalah sebuah kegiatan pemasaran. Penjualan melibatkan proses pertukaran jasa atau barang antara pembeli dan penjual.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah area generalisasi yang meliputi subjek dan objek dengan kualitas dan ciri-ciri tertentu yang dideklarasikan oleh peneliti agar dapat dipelajari dan dapat juga diambil kesimpulannya. Komsumen Mie Gacoan merupakan populasi dalam penelitian ini. Sedangkan Sampel merupakan bagian dari total keseluruhan dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *convenience sampling* atau mengambil sampel secara nyaman dilaksanakan dengan memilih sampel yang bebas dan yang datanya mudah didapatkan oleh peneliti. Berdasarkan pada pemilihan sampel bebas yang telah ditentukan penulis. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan cara membagikan kuesioner yang berupa daftar pertanyaan untuk diberikan kepada responden. Kuesioner yang dibagikan secara online yaitu melalui *Google Form* atau secara langsung melalui selebaran hasil cetak. Kuesioner disebar ke beberapa universitas sebagai sampel penelitian. Skala likert digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala yang berisi empat tingkat preferensi jawaban melalui pilihan dengan rincian skor sebagai berikut:

STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

TS (Tidak Setuju) = 2

S (Setuju) = 3

SS (Sangat Setuju) = 4

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Model Penelitian

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 16.0. Alasan menggunakan analisis regresi berganda adalah untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Pengujian ini digunakan untuk mengukur sah atau layak tidaknya setiap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Suatu data dikatakan layak apabila data tersebut dapat menggambarkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran uji validitas dilakukan dengan membandingkan koefisien korelasi dengan uji t atau dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Asumsi pengukuran tersebut memuat antara lain:

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka dapat dinyatakan valid
- b. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi parameter dari variabel yang diteliti. Kuesioner dikatakan reliabel apabila tanggapan dari responden terhadap pertanyaan adalah stabil atau konsisten dari awal sampai akhir pertanyaan. Pelaksanaan pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel melalui pertanyaan dalam kuesioner reliabel atau tidak dengan melihat nilai *Conbrach Alpha* dengan kriteria:

- a. Apabila nilai *Conbrach Aplha* $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel
- b. Apabila nilai *Conbrach Aplha* $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Suatu model regresi meliputi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen namun dalam pelaksanaannya dapat terjadi kesalahan dalam penelitian yang disebabkan oleh munculnya hal lain. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui penyebaran data dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengujian model regresi memiliki residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dan analisis statistik.

2. Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk melihat ada tidaknya variabel yang memiliki korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik semestinya tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Suatu regresi dinyatakan terbebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF <10 dan nilai *Tolerance* >0,10.

3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji model regresi terjadi perbedaan atau tidak dalam *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka dapat dikategorikan heteroskedastisitas dan apabila hasilnya tetap maka dikategorikan homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, untuk mengetahuinya dilakukan pengujian dengan analisis grafik plots yaitu:

- a. Jika dalam penyebaran data membentuk pola tertentu, diindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika penyebaran data tidak terpapar pola yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk memahami seberapa jauh variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang kecil mengindikasikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai R^2 yang baik seharusnya dalam presentase tinggi. Nilai yang mendekati satu menandakan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan guna menyatakan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan tujuan menguji keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen dengan signifikan sebesar 0,05.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Jika nilai signifikan $<0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, ini berarti menyatakan bahwa seluruh variabel mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat.
- Jika nilai signifikan $>0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, ini berarti menyatakan bahwa seluruh variabel tidak mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan guna mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai signifikan $t < 0,05$ (5%) maka hasilnya signifikan atau H_a diterima, ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (H_a ditolak).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas merupakan permulaan dalam melakukan pengujian penelitian setelah data kuesioner diperoleh. Adapun kriteria suatu instrumen dapat dinyatakan valid adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka item pertanyaan dapat dikatakan valid
- b. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka item pertanyaan dapat dikatakan tidak valid

Pada pengujian validitas telah diberikan kepada 106 responden dengan nilai r tabel sebesar 0.1909. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh kesimpulan bahwa item pernyataan dalam masing-masing variabel tersebut mempunyai nilai korelasi r hitung $> r$ tabel maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut valid dan dapat dimanfaatkan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha adalah metode yang digunakan dalam uji reliabilitas ini yang mana suatu instrumen memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,60 atau lebih maka dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas memaparkan bahwa setiap variabel memiliki koefisien alpha $>$ dari 0,60 sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Analisis Deskriptif

Hasil dari analisis statistik deskriptif penelitian ini adalah sebagai berikut:

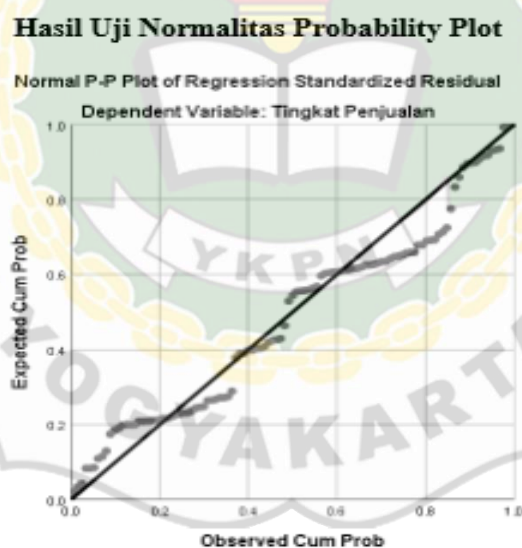
1. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 109 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Sertifikasi adalah sebesar 4. Nilai maksimum (tertinggi) sebesar 16. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Sertifikasi berkisaran diantara 4 sampai 16 dengan nilai rata-rata (mean) 6.72 dan nilai standar deviasi sebesar 1.79. Jika dilihat dari nilai standar deviasi lebih kecil atau kurang dari nilai rata-rata (mean) yang berarti bahwa Sertifikasi memiliki data sebaran yang merata.
2. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 109 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Cita Rasa adalah sebesar 4. Nilai maksimum (tertinggi) sebesar 12. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Cita Rasa berkisaran diantara 4 sampai 12 dengan nilai rata-rata (mean) 6.45 dan nilai standar deviasi sebesar 1.52. Jika dilihat dari nilai standar deviasi lebih kecil atau kurang dari nilai rata-rata (mean) yang berarti bahwa Cita Rasa memiliki data sebaran yang merata.
3. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 109 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Harga adalah sebesar 4. Nilai maksimum (tertinggi) sebesar 16. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Harga berkisaran diantara 4 sampai 16 dengan nilai rata-rata (mean) 7.41 dan nilai standar deviasi sebesar 2.07. Jika dilihat dari nilai standar deviasi lebih kecil atau kurang dari nilai rata-rata (mean) yang berarti bahwa Harga memiliki data sebaran yang merata.
4. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 109 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Promosi adalah sebesar 4. Nilai maksimum (tertinggi) sebesar 16. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Promosi berkisaran diantara 4 sampai 16 dengan nilai rata-rata (mean) 8.95 dan nilai standar deviasi sebesar 2.27. Jika dilihat dari nilai standar deviasi lebih kecil atau kurang dari nilai rata-rata (mean) yang berarti bahwa Promosi memiliki data sebaran yang merata.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 109 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Tingkat Penjualan adalah sebesar 4. Nilai maksimum (tertinggi) sebesar 17. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Tingkat Penjualan berkisaran diantara 4 sampai 17 dengan nilai rata-rata (mean) 7.40 dan nilai standar deviasi sebesar 1.82. Jika dilihat dari nilai standar deviasi lebih kecil atau kurang dari nilai rata-rata (mean) yang berarti bahwa Tingkat Penjualan memiliki data sebaran yang merata.

Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan melalui *normal probability plot* dengan melihat pola pada kurva penyebaran pada grafik *P-Plot*. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila pola penyebaran memiliki garis normal kurva. Grafik pengujian dapat dilihat pada gambar berikut:



Berdasarkan gambar diatas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa grafik plot berada pada sekitar garis diagonal dan tidak menjauh dari garis, dengan demikian model regresi dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

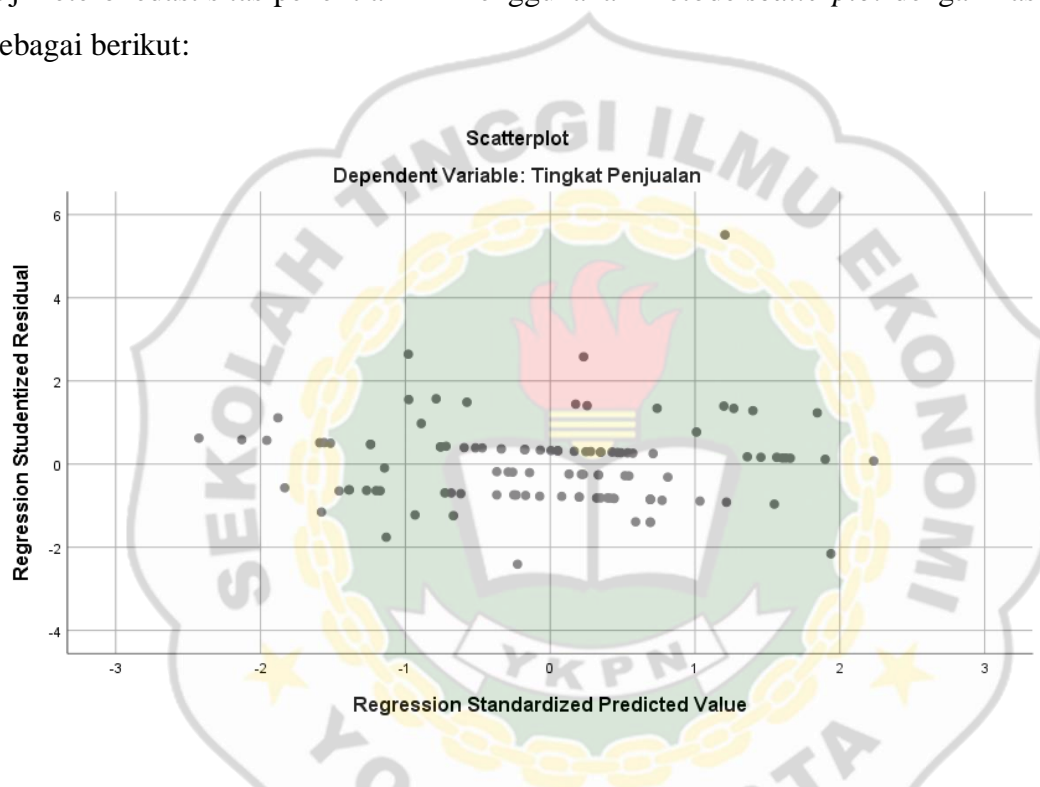
Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Suatu model regresi dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas jika memiliki nilai *Tolerance* $>0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) <10 . Hasil uji multikolinearitas untuk seluruh variabel antara lain

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penghargaan finansial, pelatihan professional, nilai-nilai sosial, lingkungan kerja dan pertimbangan pasar kerja menunjukkan bahwa nilai VIF <10 dan nilai Tolerance >0,10. Dengan demikian, dari hasil pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa model persamaan regresi terbebas dari masalah multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas penelitian ini menggunakan metode *scatterplot* dengan hasil pengujian sebagai berikut:



Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik plot tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.114 ^a	.013	-.025	1.839
a. Predictors: (Constant), Promosi, Cita Rasa, Sertifikasi, Harga				
b. Dependent Variable: Tingkat Penjualan				

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji koefisien determinasi menunjukkan koefisien determinasi (R square) sebesar 0.013 atau $0.013 \times 100 = 1.3\%$ yang memiliki pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (X1, X2, X3 dan X4) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 1.3% dan selebihnya 98.7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak peneliti teliti.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.608	4	1.152	.341	.850 ^b
	Residual	351.630	104	3.381		
	Total	356.239	108			
a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Cita Rasa, Sertifikasi, Harga						

Berdasarkan tabel output spss diperoleh F hitung sebesar 0.341 dan selanjutnya menentukan Ftabel. Tabel distribusi F dicari pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat bebas N-k yaitu $109 - 4 = 105$, maka diperoleh Ftabel 2.46 (dapat dilihat di distribus ftabel). Maka dapat disimpulkan jika Fhitung kurang daripada Ftabel yaitu $0.341 < 2.46$ dan nilai signifikan $0.850 > 0.05$, sehingga dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Sertifikasi, Cita Rasa, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Jika nilai signifikansi kurang dari 5% maka menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1	(Constant)	7.272	1.261		5.768	.000		
	Sertifikasi	.025	.101	.025	.246	.806	.954	1.048
	Cita Rasa	-.114	.121	-.095	-.947	.346	.934	1.071
	Harga	.046	.090	.052	.508	.612	.900	1.111
	Promosi	.040	.080	.050	.503	.616	.949	1.053
a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan								

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa :

1. Diperoleh nilai Sertifikasi (X1) thitung sebesar 0.246. Selanjutnya menentukan tTabel. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha/2 = 0,05 = 0.025$ dengan derajat bebas N-k-1 yaitu $109 - 4 - 1 = 104$, maka diperoleh tTabel 1.983. Karena thitung kurang daripada ttabel yaitu $0.246 > 1.983$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.806 > 0.05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Sertifikasi terhadap Tingkat Penjualan.
2. Diperoleh nilai variabel Cita Rasa (X2) thitung sebesar - 0.947. Selanjutnya menentukan tTabel. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha/2 = 0,05 = 0.025$ dengan derajat bebas N-k-1 yaitu $109 - 4 - 1 = 104$, maka diperoleh tTabel 1.983. Karena thitung kurang daripada ttabel yaitu $- 0.947 > 1.983$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.346 > 0.05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Cita Rasa terhadap Tingkat Penjualan.
3. Diperoleh nilai variabel Harga (X3) thitung sebesar 0.508. Selanjutnya menentukan tTabel. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha/2 = 0,05 = 0.025$ dengan derajat bebas N-k-1 yaitu $109 - 4 - 1 = 104$, maka diperoleh tTabel 1.983. Karena thitung kurang daripada ttabel yaitu $0.508 > 1.983$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.612 > 0.05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Tingkat Penjualan.
4. Diperoleh nilai variabel Promosi (X4) thitung sebesar 0.503. Selanjutnya menentukan tTabel. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha/2 = 0,05 = 0.025$ dengan derajat bebas N-k-1 yaitu $109 - 4 - 1 = 104$, maka diperoleh tTabel 1.983. Karena thitung kurang daripada ttabel yaitu $0.503 > 1.983$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.616 > 0.05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Tingkat Penjualan.

Selanjutnya, dari hasil t-hitung dapat dikemukakan bahwa masing-masing variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Hipotesis 1

Ho: Sertifikasi halal tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Ha: Sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Diketahui bahwa nilai signifikansi $0,806 > 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Artinya sertifikasi halal tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan.

2. Hipotesis 2

Ho: Cita rasa tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Ha: Cita rasa berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Diketahui bahwa nilai signifikansi $0,346 > 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Artinya cita rasa tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan.

3. Hipotesis 3

Ho: Harga tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Ha: Harga berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Diketahui bahwa nilai signifikansi $0,612 > 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Artinya harga tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan.

4. Hipotesis 4

Ho: Promosi tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Ha: Promosi berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan

Diketahui bahwa nilai signifikansi $0,616 > 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak

Artinya promosi tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan.

Pembahasan

Hipotesis 1

Hasil statistik uji regresi diperoleh t hitung 0,954 dengan nilai signifikansi 1,048 lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,025; maka hipotesis yang menyatakan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan **tidak terbukti**. Oleh karena itu, sertifikasi halal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari ramainya serta tingginya tingkat penjualan Mie Gacoan meskipun belum memiliki sertifikasi halal pada seluruh gerainya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hipotesis 2

Hasil statistik uji regresi diperoleh t hitung 0,934 dengan nilai signifikansi 1,071 lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar 0,114; maka hipotesis yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan **tidak terbukti**. Hasil ini memperlihatkan bahwa konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta tidak memperhatikan cita rasa dalam melakukan keputusan untuk membeli di Mie Gacoan Yogyakarta.

Hipotesis 3

Hasil statistik uji regresi diperoleh t hitung 0,900 dengan nilai signifikansi 1,111 lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,046; maka hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan **tidak terbukti**. Dapat diartikan bahwa harga tidak memiliki pengaruh kepada keputusan pembelian pada Mie Gacoan Yogyakarta.

Hipotesis 4

Hasil statistik uji regresi diperoleh t hitung 0,949 dengan nilai signifikansi 1,053 lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,040; maka hipotesis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan **tidak terbukti**. Hal ini mengungkapkan bahwa dengan adanya promosi yang tidak mendukung konsumen untuk melakukan pembelian di Mie Gacoan Yogyakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) dan data yang telah dikumpulkan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sertifikasi halal tidak berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan (studi kasus Mie Gacoan Yogyakarta).
2. Cita rasa tidak berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan ie Gacoan (studi kasus Mie Gacoan Yogyakarta).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan (studi kasus Mie Gacoan Yogyakarta).
4. Promosi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan Mie Gacoan (studi kasus Mie Gacoan Yogyakarta).

Keterbatasan

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menyebabkan ketidakakuratan atau bias pada hasil, antara lain:

1. Pada penelitian ini peneliti menggunakan form pertanyaan yang hanya dapat diisi pada *google form*. Peneliti pada penelitian kali ini tidak mengumpulkan data menggunakan metode observasi atau wawancara secara langsung dikarenakan dirasa kurang efektif dan efisien sehingga kesimpulan diperoleh dari hasil kuesioner yang telah terkumpul.
2. Peneliti ingin membagikan kuesioner secara langsung kepada konsumen Mie Gacoan di tempat akan tetapi saat penelitian dilakukan sedang terjadi Wabah *Covid-19* sehingga tidak bisa dilakukan pembagian kuesioner secara langsung kepada konsumen. Kemudian peneliti melakukan pengambilan data dengan menyebarkan *google form* kepada teman, saudara dan rekan-rekan menggunakan link melalui medi sosial *Whatsapp*.
3. Pada penelitian yang telah dilakukan ini hanya ditujukan untuk konsumen Mie Gacoan di area Yogyakarta sehingga tidak mencakup seluruh konsumen Mie Gacoan di seluruh Indonesia. Hal ini menyebabkan data yang diperoleh sangat terbatas.

Saran

Merujuk pada hasil dan keterbatasan penelitian, maka penulis dapat menyampaikan beberapa saran diantaranya:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Kepada peneliti berikutnya, penulis berharap agar bias menambah variabel yang ada penelitian ini bila mengambil topik seperti yang penulis ambil, misalnya variabel sertifikasi BPOM, bangunan fisik rumah makan , fasilitas yang ditawarkan maupun variabel lainnya.
2. Selanjutnya diharapkan peneliti selanjutnya bias menambah responden ataupun sampel yang semakin beragaam, contohnya umur responden, penghasilan responden, pekerjaan responden serta responden maupun sampel lainnya.
3. Untuk Mie Gacoan khususnya Mie Gacoan Yogyakarta, penulis berharap agar dapat mempertahankan cita rasa serta kualitas dikarenakan variabel tersebut merupakan alasan utama seseorang memilih rumah makan dari penelitian yang dilakukan penulis.
4. Selanjutnya agar dapat segera mengurus sertifikasi halal dari MUI maupun ijin dari BPOM RI agar pelanggan merasa aman dan nyaman saat mengonsumsi produk Mie Gacoan.
5. Untuk STIE YKPN Yogyakarta, penulis berharap agar dapat memfasilitasi penelitian selanjutnya agar dapat memperoleh data yang lebih baik lagi.
6. Selanjutnya kedepannya dapat memberikan pendampingan maupun arahan kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian secara lebih mendalam.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, P. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam. *Amwaluna 1 no 1*.
- Albrech, D. G., Green, D., & Hoffman, L. (2023). *Principles of Marketing*. Texas: OpenStax.
- Algifari. (2009). *Analisis Statistik untuk Bisnis dengan Regresi, Korelasi, dan Nonparametrik*. Yogyakarta: BPFE.
- Amstrong, G. K. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Ayu, I. (2021). *Kemenperin Proyeksi Industri Mamin Tiumbuh 6 Persen*.
- Balawera, A. (2013). *Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di freshmart Kotra Manado*.
- Fitriyah, a. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage Pada Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Hadi, D. F. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi.
- Hanaysha, J. (2016). The Importance Of Social Media Advertisement In Enhacing Brand Equity: A Study On Fast Food Restaurant Industry In Malaysia".
- Hasab, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan labelisasi Produk halal Perspektif mALAHAT. *Jurnal Al-Qadau*.
- Joseph P. Cannon, W. D. (2008). *Dasar-dasar pemasaran : Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Khalek, A. (2014). Young Consumers attitude towards halal food outlets and JAKIM's halal certification in Malaysia".

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Nuari, P. G. (2021). *Pengaruh Sertifikasi halal, Harga Kompetitif dan Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di RM Ayam Bakar Wong Solo*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Radix, H. S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan manajemen Bisnis*.
- Stanton, W. J. (2013). *Prinsip pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari alma. Jilid Satu. Edisi kespuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2007). *metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyatni, R. (2011). Eksistensi dan Tanggung jawab Majelis Ulama Indonesia dalam Penerapan Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan di Indonesia.
- Suryadi, D. (2016). *Promosi Efektif menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT Suka Buku.
- Swastha, b. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Syafrida, S. (2016). Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim.
- Wahidah, N. (2010). Komponen yang mempengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan.
- Walpole, R. E. (1995). *Ilmu Peluang Dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuwan edisi ke-4*. Bandung: Penerbit ITB.
- Zoellner, S. &. (2015). *The Impact of Price Promotion Types On Sales and Brand Perception of Premium Products*. California: Springer International Publishing.
- Zulfikar. (2016). *Pengantar Pasar Modal Dengan pendekatan Statistika Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Gramedia.