

## The Influence of Halal, Food Safety and Quality on Student's Buying Decisions Using Structural Equation Modeling (SEM) Methods

### Pengaruh Halal, Keamanan Pangan Dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa Dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM)

Atika Salsabila<sup>1</sup>, Hana Catur Wahyuni<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

E-mail: [atikasalsabila29@gmail.com](mailto:atikasalsabila29@gmail.com)<sup>1</sup>, [hanacatur@umsida.ac.id](mailto:hanacatur@umsida.ac.id)<sup>2\*</sup>

#### ABSTRACT

*In today's era, technology is growing rapidly. People are very easy to access information through various media either directly or indirectly. Therefore, society as consumers is very selective in determining the products and services to be consumed. There are many factors behind consumers in product selection. Among them are in terms of idolatry, food safety and quality. Companies must be able to set standards in order to maintain consumer trust and loyalty. This study aims to find out the relationship between halal factors, food safety and quality in consumer buying decisions. The object of the study is the student. As a younger generation, students can show selective and conscientious attitude before choosing a product and also have control in determining the development of trends in the future. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) methods. The results of this study are that of the 4 hypotheses only 3 hypotheses are accepted. The accepted standard of a hypothesis is if the CR (Critical Ratio) value  $\geq 1.967$  and the value of P (Probability)  $\leq 0.05$ . The three accepted hypotheses are first, the influence of halal on food security. Second, the effect of safety on quality. Third, the influence of quality on buying decisions. The rejected hypothesis that halal affects the quality does not meet the critical ratio standard of -1,993 so that the results are not significant.*

**Keywords:** Halal, Food Safety, Quality, Buying Decisions, Structural Equation Modeling

#### ABSTRAK

Pada era saat ini, teknologi berkembang semakin pesat. Masyarakat sangat mudah mengakses informasi melalui berbagai media baik langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, masyarakat sebagai konsumen sangat selektif dalam menentukan produk maupun jasa yang akan dikonsumsi. Banyak faktor yang melatarbelakangi konsumen dalam pemilihan produk. Diantaranya adalah segi kehalalan, keamanan pangan dan kualitas. Perusahaan harus mampu menetapkan standar agar dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara faktor halal, keamanan pangan dan kualitas dalam keputusan membeli konsumen. Objek yang menjadi penelitian adalah mahasiswa. Sebagai generasi muda, mahasiswa dapat menunjukkan sikap selektif dan teliti sebelum memilih sebuah produk dan juga memiliki kendali dalam menentukan perkembangan tren di masa yang akan datang. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil dari penelitian ini adalah dari 4 hipotesis hanya 3 hipotesis yang diterima. Standar diterimanya sebuah hipotesis adalah apabila nilai CR (*Critical Ratio*)  $\geq 1,967$  dan nilai P (*Probability*)  $\leq 0,05$ . Ketiga hipotesis yang diterima adalah pertama, adanya pengaruh halal terhadap keamanan pangan. Kedua, adanya pengaruh dari keamanan terhadap kualitas. Ketiga, adanya pengaruh dari kualitas terhadap keputusan membeli. Hipotesis yang ditolak yaitu halal berpengaruh terhadap kualitas tidak memenuhi standar critical ratio yaitu sebesar -1,993 sehingga hasil tidak signifikan.

**Kata Kunci:** Halal, keamanan makanan, kualitas, keputusan pembelian, *structural equation modeling*, SEM

#### PENDAHULUAN

Masyarakat sebagai konsumen sangat selektif dalam menentukan produk apa yang ingin mereka beli. Beberapa faktor yang melatarbelakangi pemilihan produk diantaranya adalah faktor halal dan keamanan pangan dan kualitas. Konsep halal dalam produksi dapat menjamin rangkaian kegiatan produksi mulai dari penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian produk yang sesuai

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni

dengan ketentuan dalam agama Islam (Huda, 2018). Sedangkan keamanan pangan merupakan sebuah jaminan yang meyakinkan bahwa suatu produk tidak akan menyebabkan bahaya pada konsumennya jika disiapkan sesuai dengan petunjuk dan maksud penggunaannya. Keamanan pangan berupaya untuk mencegah kontaminasi bahan pangan dari zat cemaran biologis atau kimia yang dapat mengganggu atau mengakibatkan bahaya bagi kesehatan manusia (Nador, 2020). Tetapi, dalam implementasinya dimasyarakat, terlihat beberapa kejadian negatif terkait dengan halal dan keamanan pangan ini. Hal ini dapat terlihat dengan adanya insiden keracunan makanan yang terjadi di berbagai negara, antara lain Cina (Liu dkk, 2015), Jepang (Jepersen dkk, 2016), dan Indonesia (Mabruroh dkk, 2018). Manipulasi halal juga terjadi pada berbagai wilayah, antara lain di Malaysia (Omar dkk, 2017) yang terkait dengan penarikan sertifikasi halal pada produk coklat karena adanya kandungan babi. Di Indonesia, adanya informasi penjualan babi panggang pasar yang mengakibatkan presiden Joko Widodo memberikan himbauan ke masyarakat agar tidak menyebarkan berita tidak benar (Wisker, 2020). Kondisi ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan implementasi halal dan keamanan pangan dimasyarakat. Padahal kehalalan produk dan keamanan pangan merupakan beberapa faktor yang menentukan keputusan konsumen sebelum membeli produk. Dua hal ini merupakan poin penting berkaitan dengan kualitas produk. Sikap konsumen dalam menentukan sebuah produk merupakan faktor penting dalam sektor pemasaran. Maka dari itu, untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan dari konsumen, perusahaan harus memperhatikan aspek- aspek tersebut. Dengan demikian perusahaan akan dapat bertahan dalam pasar dan unggul dari kompetitor lain (Arifin, 2019).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh halal, keamanan pangan dan kualitas terhadap keputusan membeli mahasiswa sebelum membeli produk makanan dan didukung dengan menggunakan teknik analisa statistik *Structural Equation Modeling (SEM)*. Penggunaan teknik ini diharapkan dapat mengobservasi hubungan antara beberapa variabel yang beragam. Penelitian ini dilakukan di minimarket yang berada di wilayah salah satu kampus di Jawa Timur. Mahasiswa dipilih sebagai objek karena mahasiswa merupakan representasi dari generasi muda yang gaya hidupnya tidak dapat lepas dari pengaruh internet dan sosial media sehingga mahasiswa dapat menunjukkan sikap konsumsi yang selektif dan teliti sebelum membeli sebuah produk. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan wacana lain tentang keamanan pangan dan halal secara terintegrasi dihadapan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dilakukan secara terpisah antara keamanan pangan dan halal. Penelitian tentang halal telah dilakukan antara lain oleh Nurhasanah dkk (2017) berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi pembelian produk makanan olahan halal. Wibowo dkk (2018) melakukan penelitian terkait halal untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dengan keputusan membeli konsumen muslim. Sedangkan penelitian tentang keamanan pangan telah dilakukan oleh Lestarsi (2020) terkait dengan perlindungan konsumen. Pada penelitian ini, keterbaruan yang dimiliki adalah integrasi keamanan dan halal terhadap kualitas.

## METODE

Pengambilan data bertempat di minimarket Suryamart Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Kampus Gelam. Penelitian ini akan dilakukan selama lebih kurang 6 bulan sejak bulan Februari sampai Juli. Metode yang akan digunakan untuk menganalisis adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Berdasarkan teknik *Maximum Likelihood Estimation (ML)*, sampel yang dibutuhkan berkisar antara 100-200 sampel. Dengan demikian objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo selaku konsumen dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 sampel.

Variabel pada penelitian ini meliputi variabel eksogen atau yang disebut variabel independen dan variabel endogen atau yang disebut variabel dependen. Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.** Variabel Eksogen

Variabel	Indikator	Uraian
Kehalalan	Religiusitas	Tingkat religiusitas seseorang mempengaruhi keputusan konsumen.

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling (SEM)* / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni

Produk (Setiawan, 2019)	Sertifikasi Halal	Adanya sertifikasi halal dapat mempengaruhi keputusan konsumen.
	Kepercayaan	Kepercayaan terhadap produk halal mempengaruhi keputusan konsumen.
	Minat	Adanya minat khusus terhadap produk halal.
Keamanan Pangan (Nador, 2020)	Bersih	Makanan yang bersih dan higienis mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan produk.
	Tidak tercemar kimia	Makanan tidak tercemar oleh kontaminasi bahan kimia baik secara langsung maupun tidak langsung.
	Bergizi	Makanan mengandung nutrisi dan gizi yang dibutuhkan oleh tubuh.
Kualitas Produk (Nador, 2020)	Penampilan	Penampilan kemasan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
	Features	Features atau karakteristik produk sebagai faktor pelengkap yang dapat menentukan kualitas produk
	Reliability	Keandalan produk yang tidak mudah rusak atau hancur menjadi salah satu faktor pemilihan produk.
	Durability	Produk yang memiliki daya tahan lama mempengaruhi kualitas dan keputusan pembelian konsumen.

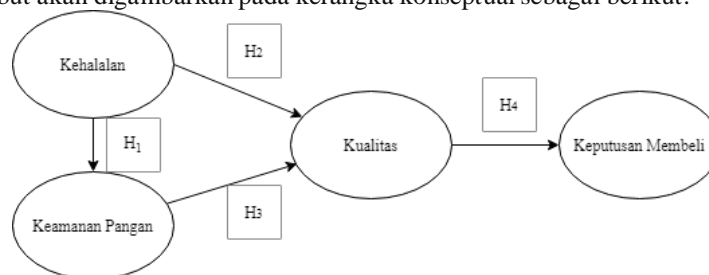
Tabel 2. Variabel Endogen

Variabel	Indikator	Uraian
Keputusan Membeli (Arifin, 2019)	Kebutuhan	Konsumen memutuskan membeli karena adanya kebutuhan terhadap produk tersebut.
	Kewajiban	Konsumen memutuskan membeli karena adanya kewajiban untuk membeli produk tersebut.
	Kepuasan	Konsumen memutuskan membeli karena merasakan kepuasan pada saat membeli produk tersebut.

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Kehalalan berpengaruh terhadap keamanan pangan.
- H2 : Kehalalan berpengaruh terhadap kualitas.
- H3 : Keamanan pangan berpengaruh terhadap kualitas.
- H4 : Kualitas berpengaruh terhadap keputusan membeli mahasiswa.

Hipotesis tersebut akan digambarkan pada kerangka konseptual sebagai berikut:



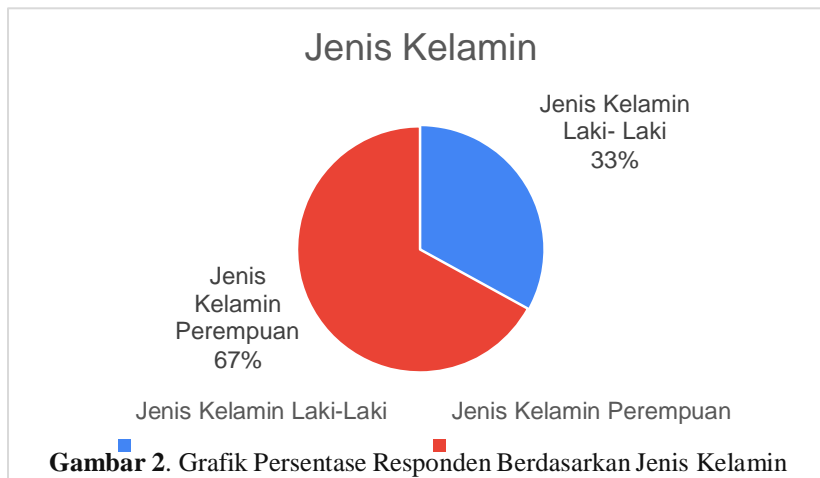
Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner untuk memperoleh data responden dilakukan secara daring melalui angket *google form*.

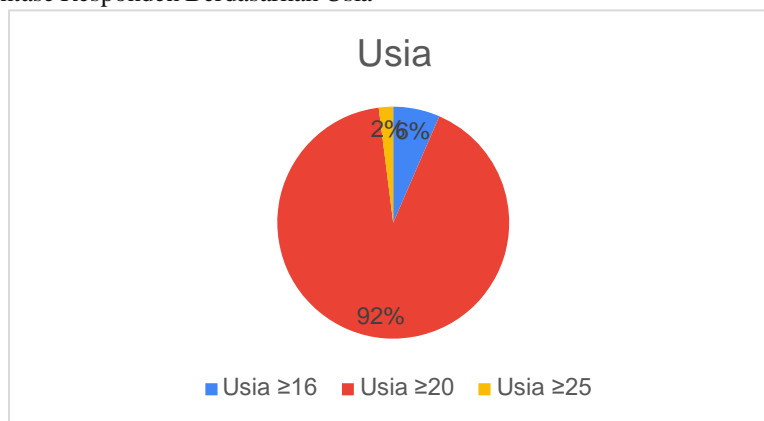
- a. Grafik Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling (SEM)* / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni



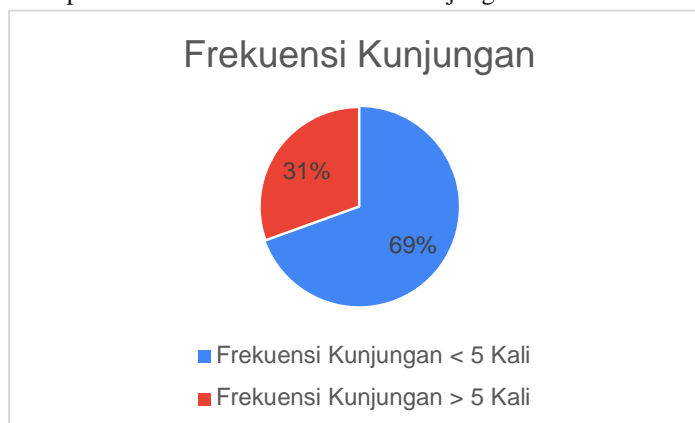
**Gambar 2.** Grafik Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

b. Grafik Persentase Responden Berdasarkan Usia



**Gambar 3.** Grafik Persentase Responden Berdasarkan Usia

c. Grafik Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan



**Gambar 4.** Grafik Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Uji validitas untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat mengukur obyek yang diukur dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah pengukuran konsisten jika alat ukurnya digunakan berulang kali. Data

dikatakan valid jika nilai R Hitung > R Tabel. R Tabel untuk 200 responden dan  $p = 0,05$  ( $df = N-2$ ) yaitu 0,138. Data dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* > 0,6.

**Tabel 3.** Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kehalalan Produk	Religiusitas	0,459	0,138	Valid
	Sertifikasi Halal	0,486	0,138	Valid
	Kepercayaan	0,566	0,138	Valid
	Minat	0,612	0,138	Valid
Keamanan Pangan	Bersih	0,690	0,138	Valid
	Tidak Tercemar Kimia	0,679	0,138	Valid
	Bergizi	0,732	0,138	Valid
Kualitas Produk	Penampilan	0,676	0,138	Valid
	Features	0,703	0,138	Valid
	Reliability	0,675	0,138	Valid
	Durability	0,715	0,138	Valid
Keputusan Membeli	Kebutuhan	0,597	0,138	Valid
	Kewajiban	0,610	0,138	Valid
	Kepuasan	0,622	0,138	Valid

**Tabel 4.** Uji Reliabilitas

Jumlah Keseluruhan Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
14	0,885	Reliabel

Selanjutnya adalah penghitungan skor dari jawaban yang telah diisi oleh responden melalui kuesioner. Tujuannya untuk mengetahui gambaran dari tanggapan responden terhadap pertanyaan mengenai indikator dan variabel penelitian yang terdapat dalam kuesioner. Rumus yang digunakan untuk menghitung tanggapan responden adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b - 1}$$

Keterangan :

- RS = Rentang Skor
- m = Skor Tertinggi
- n = Skor Terendah
- b = Jumlah Kelas

Dari perhitungan diatas, hasil yang menjadi interval untuk setiap kategori yaitu sebesar 1. Berikut adalah rincian rentang interval di setiap kategori:

- 1 sampai dengan 2 masuk dalam kategori rendah
- 2,1 sampai dengan 3 masuk dalam kategori sedang
- 3,1 sampai dengan 4 masuk dalam kategori baik
- 4,1 sampai dengan 5 sangat baik

Hasil dari tanggapan responden pada tiap variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.** Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kehalalan Produk

Indikator	Skor					Jumlah	Rata-Rata	Kategori
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)			
I1	134	49	13	3	1	200	4,56	Sangat baik
I2	118	73	6	0	3	200	4,52	Sangat baik
I3	96	80	20	2	2	200	4,33	Sangat baik
I4	69	83	39	9	0	200	4,06	Sangat baik

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni

**Tabel 6.** Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kehalalan Produk

Indikator	Skor					Jumlah	Rata-Rata	Kategori
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)			
J1	75	93	30	1	1	200	4,20	Sangat baik
J2	42	69	69	18	2	200	3,66	Baik
J3	50	81	60	8	1	200	3,86	Baik

**Tabel 7.** Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas

Indikator	Skor					Jumlah	Rata-Rata	Kategori
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)			
K1	21	46	100	28	5	200	3,25	Baik
K2	44	85	60	8	3	200	3,80	Baik
K3	24	37	99	34	6	200	3,20	Baik
K4	21	38	104	33	4	200	3,20	Baik

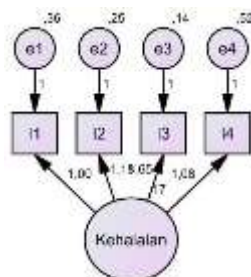
**Tabel 8.** Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Membeli

Indikator	Skor					Jumlah	Rata-Rata	Kategori
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)			
L1	58	95	41	5	1	200	4,02	Baik
L2	53	91	43	8	5	200	3,90	Baik
L3	45	97	56	1	1	200	3,92	Baik

Tahap selanjutnya adalah uji kesesuaian model. Uji kesesuaian model atau yang biasa disebut *goodness of fit* dilakukan untuk mendapatkan variabel yang sesuai (fit) sehingga dapat dilakukan tahapan pengolahan data selanjutnya. Beberapa kriteria dalam uji kesesuaian antara lain *chi-square* ( $X^2$ ), *probability* dengan nilai batas  $\geq 0,05$ , GFI dengan nilai batas  $\geq 0,90$ , AGFI dengan nilai batas  $\geq 0,90$ , CFI dengan nilai batas  $\geq 0,90$ , NNFI/TLI dengan nilai batas  $\geq 0,90$ , RMSEA dengan nilai batas  $\leq 0,08$ , RMR dengan nilai batas  $\leq 0,05$ .

a. Uji Kesesuaian Variabel Kehalalan Produk

Pada uji kesesuaian variabel kehalalan produk diketahui hasil dari *chi-square* ( $X^2$ ) yaitu 0,999. Hasil dari *probability* yaitu sebesar 0,607. Hasil dari GFI yaitu 0,998. Hasil dari AGFI yaitu 0,998. Hasil dari CFI yaitu 1,000. Hasil dari NNFI/TLI yaitu 1,015. Hasil dari RMSEA yaitu 0,000. Hasil dari RMR yaitu sebesar 0,007. Dengan demikian, keseluruhan kriteria pada uji kesesuaian variabel halal menunjukkan hasil yang fit dan sesuai dengan nilai batasnya.



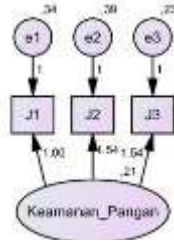
**Gambar 5.** Uji Kesesuaian Variabel Kehalalan Produk

b. Uji Kesesuaian Variabel Keamanan Pangan

Pada uji kesesuaian variabel keamanan pangan diketahui hasil dari *chi-square* ( $X^2$ ) yaitu 0,000. Hasil dari *probability* yaitu 0,000. Hasil dari GFI yaitu 1,000. Hasil dari AGFI yaitu 0,000. Hasil dari CFI yaitu sebesar 1,000. Hasil dari NNFI/TLI yaitu sebesar 0,000. Hasil dari RMSEA yaitu sebesar 0,523. Hasil dari RMR yaitu

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni

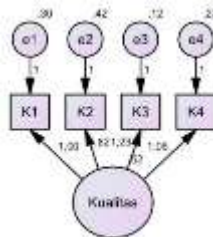
sebesar 0,000. Dengan demikian, terdapat kriteria yang dinyatakan fit dan beberapa lainnya tidak fit seperti *probability*, AGFI, NNFI/TLI dan RMSEA karena tidak sesuai dengan nilai batasnya.



Gambar 6. Uji Kesesuaian Variabel Keamanan Pangan

c. Uji Kesesuaian Variabel Kualitas

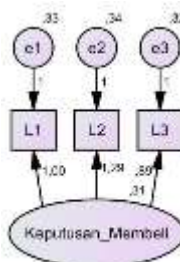
Pada uji kesesuaian variabel kualitas diketahui hasil dari *chi-square* ( $X^2$ ) yaitu 11,082. Hasil dari *probability* yaitu 0,004. Hasil dari GFI yaitu 0,975. Hasil dari AGFI yaitu 0,877. Hasil dari CFI yaitu 0,981. Hasil dari NNFI/TLI yaitu 0,943. Hasil dari RMSEA yaitu 0,151. Hasil dari RMR yaitu sebesar 0,020. Dengan demikian, terdapat kriteria yang dinyatakan fit dan beberapa lainnya tidak fit seperti *probability*, GFI, AGFI, RMSEA karena tidak sesuai dengan nilai batasnya.



Gambar 7. Uji Kesesuaian Variabel Kualitas

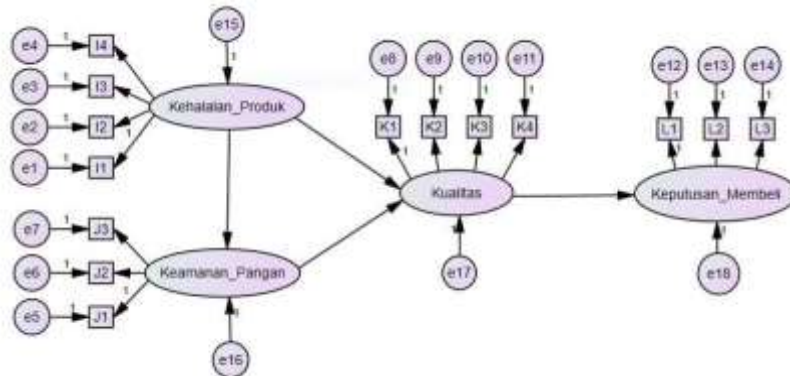
d. Uji Kesesuaian Variabel Keputusan Membeli

Pada uji kesesuaian variabel kualitas diketahui hasil dari *chi-square* ( $X^2$ ) yaitu 0,000. Hasil dari *probability* yaitu 0,000. Hasil dari GFI yaitu 1,000. Hasil dari AGFI yaitu 0,000. Hasil dari CFI yaitu 1,000. Hasil dari NNFI/TLI yaitu 0,000. Hasil dari RMSEA yaitu 0,486. Hasil dari RMR yaitu 0,000. Dengan demikian, terdapat kriteria yang dinyatakan fit dan beberapa lainnya tidak fit seperti *probability*, AGFI, NNFI/TLI, RMSEA karena tidak sesuai dengan nilai batasnya.



Gambar 8. Uji Kesesuaian Variabel Keputusan Membeli

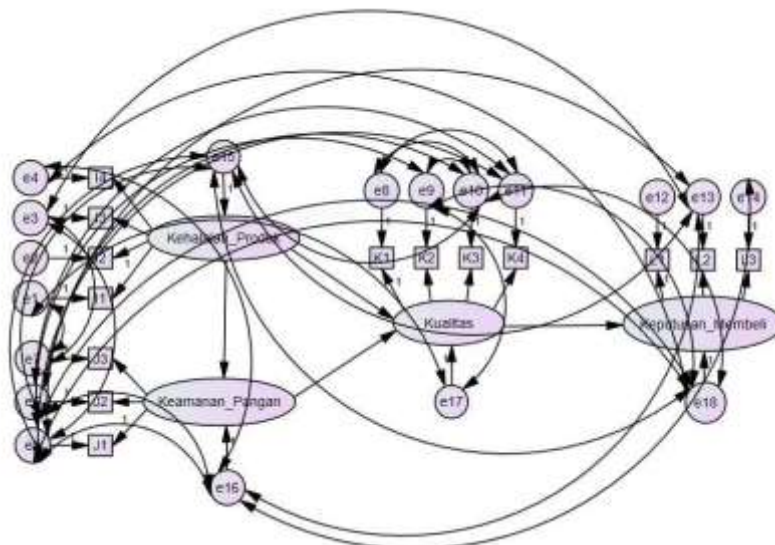
Selanjutnya adalah uji model struktural yang dilakukan untuk mengestimasi hubungan variabel eksogen dan endogen dengan banyak indikator secara simultan.



**Gambar 9.** Uji Model Struktural

Dari hasil uji kesesuaian pada model struktural di atas, diketahui kriteria dari pengujian belum memenuhi nilai batas yang ditetapkan. Indeks dari  $X^2$  (*Chi-Square*) menunjukkan hasil 236,706. Indeks dari *probability* yaitu 0,000. Indeks dari GFI yaitu 0,855. Indeks dari AGFI yaitu 0,792. Indeks dari CFI yaitu 0,877. Indeks dari NNFI/TLI yaitu 0,846. Indeks dari RMSEA yaitu 0,106. Indeks dari RMR yaitu 0,079. Dengan demikian, keseluruhan parameter dari model struktural dinyatakan Model Tidak Fit atau tidak memenuhi syarat.

Modifikasi atau respesifikasi adalah pengolahan ulang model agar didapatkan hasil yang layak. Pada tahap ini dilakukan model struktural yang telah diolah harus dimodifikasi kembali agar mendapatkan hasil output yang fit.



**Gambar 10.** Modifikasi Model Struktural

Setelah dilakukan modifikasi model, hasil dari uji kesesuaian pada model struktural berubah. Indeks dari  $X^2$  (*Chi-Square*) menunjukkan penurunan hasil yang signifikan yaitu 32,752. Indeks dari *probability* yaitu 0,894. Indeks dari GFI yaitu 0,977. Indeks dari AGFI yaitu 0,946. Indeks dari CFI yaitu 1,000. Indeks dari NNFI/TLI yaitu 1,018. Indeks dari RMSEA yaitu 0,000. Indeks dari RMR yaitu 0,015. Dengan demikian, model struktural yang telah dimodifikasi menghasilkan *output* yang fit atau sesuai dengan nilai batas yang telah ditetapkan.

Setelah langkah model dinyatakan fit, langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis dalam penelitian. Berikut beberapa ketentuan penerimaan hipotesis pada metode SEM:

1. Apabila nilai *critical ratio* (CR)  $\geq 1,967$  maka  $H_0$  ditolak (hipotesis diterima).

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni



2. Apabila nilai probabilitas ( $P \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak (hipotesis diterima).

**Tabel 9.** Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Critical Ratio (CR) dan Probabilitas (P)		Keterangan
		Standar	Output	
H <sub>1</sub>	Kehalalan berpengaruh terhadap keamanan pangan	CR : $\geq 1,967$ P : $\leq 0,05$	CR : 2,728 P : 0,006	Signifikan
H <sub>2</sub>	Kehalalan berpengaruh terhadap kualitas	CR : $\geq 1,967$ P : $\leq 0,05$	CR : -1,993 P : 0,046	Tidak Signifikan
H <sub>3</sub>	Keamanan pangan berpengaruh terhadap kualitas	CR : $\geq 1,967$ P : $\leq 0,05$	CR : 3,341 P : -	Signifikan
H <sub>4</sub>	Kualitas berpengaruh terhadap keputusan membeli mahasiswa	CR : $\geq 1,967$ P : $\leq 0,05$	CR : 4,935 P : -	Signifikan

Dengan demikian dari 4 hipotesis, terdapat 3 hipotesis yang diterima yaitu kehalalan berpengaruh terhadap keamanan pangan, keamanan pangan berpengaruh terhadap kualitas dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan membeli. Sedangkan 1 hipotesis ditolak yaitu kehalalan berpengaruh terhadap keputusan membeli karena CR yang kurang dari standarnya yaitu -1,993.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, 3 dari 4 hipotesis diterima dan 1 ditolak. Hipotesis yang ditolak yaitu kehalalan berpengaruh terhadap kualitas. Hal tersebut diakibatkan nilai CR kurang dari standar ( $\geq 1,967$ ) yaitu -1,993 sehingga tidak signifikan. Hipotesis yang diterima adalah pertama, adanya pengaruh kehalalan terhadap keamanan pangan. Kedua, adanya pengaruh dari keamanan terhadap kualitas. Ketiga, adanya pengaruh dari kualitas terhadap keputusan membeli. Hasil penelitian ini berimplikasi pada penguatan status makanan halal menunjukkan adanya unsur keamanan pangan (halal & thoyib). Penelitian ini terbatas pada analisis pengaruh keamanan pangan, halal dan kualitas makanan tetapi belum membahas terkait variabel turunannya. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dapat dikembangkan kearah variabel- variabel integrasi pada keamanan pangan, halal dan kualitas yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adrian, Muhammad Goldy, Ari Irawan, (2020), "Pengaruh Persepsi Nilai, Kesadaran Kesehatan dan Kepedulian Keamanan Pangan Terhadap Niat Beli Makanan Organik di Kota Malang", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 78, No. 1, Hal. 140-149.
- [2] Apriyanto, Wahyu Dwi, Ignatius Heruwasto, (2019), "Pengaruh Kejelasan Labelisasi Halal dan Perilaku Beragama Terhadap Minat Beli Konsumen: Analisis Dua Model Alternatif", Islamicomic, Vol. 10, No. 1, 201-223.
- [3] Arifin, Ahmad Zaenal, Annisa Nur Salam, (2019), "Analysis of Millenial Generation Behavior in Consuming Halal Products: Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Method", Iqtishadia, Vol. 12, No. 2, Hal. 266-287.
- [4] Bulan, Tengku Putri Lindung, (2016), "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang", Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 5, No. 1, Hal. 430-439.
- [5] Haryono, Siswoyo, (2016), Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan Amos Lisrel PLS, Edisi 1, PT. Intermedia Personalia Utama, Bekasi.
- [6] Huda, Nurul, Hulmansyah, (2017), "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim", Ekuitas, Vol. 2, No. 2, Hal. 247-270.

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni

- [7] Jepersen L, Griffiths M, Maclaurin T, Chapman B, Wallace C.A, (2016), "Measurement of food safety culture using survey and maturity profiling tools", *Food Control*, Vol 66, Hal.174-182.
- [8] Lestari, T.R.P. (2020). Keamanan Pangan Sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat Sebagai Konsumen. *Jurnal Aspirasi*, Vol.11, No.1, Hal. 57- 72.
- [9] Liu Y, Liu F, Zhang J, Gao J, (2015), "Insights into the nature of food safety issues in Beijing through content analysis of an Internet database of food safety incidents in China", *Food Control*, Vol 51, Hal. 206-211.
- [10] Lismanizar, Sorayanti Utami, (2018), "Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan Nilai yang Dirasakan dan Harga Terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji Pada Konsumen KFC di Kota Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 3 No. 2, Hal. 86-97.
- [11] Mabrurroh, F., Ciptaningtyas, R. (2018). Analysis of Food Poisoning in DKI Jakarta 2016 (Indonesian National Agency Drug and Food Control). *Advances in Health Sciences Research*, Vol 9, Hal. 28- 35.
- [12] Maharani, Kalista Putri, (2020), "Uji Validitas Peran Sertifikasi Halal Terhadap Pemilihan Pangan Pada Mahasiswa Muslim di Surakarta", *Indonesian Journal of Halal*, Vol. 3, No. 1, Hal. 74-42.
- [13] Ma'rifat, Tian Nur, Maya Sari, (2017), "Penerapan Sistem Jaminan Halal Pada UKM Bidang Olahan Pangan Hewani", *Khadimul Ummah*, Vol. 1, No. 1, Hal. 39-46.
- [14] Nasution, M. Yasir, Azhari Akmal Tarigan, Nur'ain Harahap, (2020), "The Influence of Product Knowledge on Attitude and Interest in Buying Halal Products", *European Journal of Management and Marketing Studies*, Vol. 5, No. 3, Hal. 198-212.
- [15] Nugroho, Iwan Satriyo, Tombak Gapura Bhagya, Dian Rosinawati, (2020), "Industri dan Supply Chain Halal Dilihat dari Aspek Keilmuan Teknik Industri", *Jurnal Sains dan Teknik*, Vol. 2, No. 2, Hal. 58-71.
- [16] Nurhasanah, S., Munandar, J.M., Syamsun, M. (2017). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Makanan Olahan halal Pada Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol. III, No 3. Hal. 251- 259.
- [17] Nurlatifah, Hanny, Shohibul Imam, Firsan Nova, (2019), "Intention the Role of Halal Awareness, Religious Orientation and Consumer Motive Toward Purchase Intentions, Case: Muslim Consumer in Indonesia", *Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol. 142, Hal. 342-349.
- [18] Omar, N.A., Ali, M.H., Alam, S.S. (2017). "Consumer Retaliation to Halal Violation Incidents: The Mediating Role of Trust Recovery. *Jurnal Pengurusan*, Vol. 51, Hal. 1-21.
- [19] Pradana, Mochammad Fariz, (2019), "Analisis Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Sambal "SS" Jember", *JEAM*, Vol. 18, No. 1, Hal. 11-21.
- [20] Pramintasari, Talisa Rahma, Indah Fatmawati, (2017), "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 8, No. 1, Hal. 1-33.
- [21] Pratama, Herda, (2020), "The Influence of Retail Marketing Mix Performance On Customer Satisfaction and Implication on Impulsive Buying Consumer Mayasari Plaza in Tasikmalaya City", *J-Politri*, Vol. 3, No. 1, Hal. 49-88.
- [22] Pratidina, Grace Eloita, Haryo Santoso, Heru Prastawa, (2018), "Perancangan Sistem Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) dan Sistem Jaminan Halal di UD Kerupuk Ikan Tenggiri Dua Ikan Jepara", *Industrial Engineering Online Journal*, Vol. 7, No. 4, Hal. 1-15.
- [23] Puteri, Anindya, Maskuri Sutomo, Rahmat Mubaraq, (2018), "Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Handphone Vivo di Kalangan Mahasiswa S1 Universitas Tadulako", *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vo. 4, No. 3, Hal. 245-252.
- [24] Ramadhan, M. Rizkal, Sorayanti Utami, (2019), "Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Nilai Yang Dirasakan, Keamanan Pangan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Pizza Hut di Kota Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, No. 2, Hal. 214-230.
- [25] Ramadhan, Randy, Henny Destiana, (2018), "Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Pengembangan Dakwah Islam Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM)", *Sinkron*, Vol. 1, No. 3, Hal. 60-66.
- [26] Sari, Lina Karlinda, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati, (2018), "Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Pada CV. Kajeye Food, Blimbing-Malang)", *Jiagabi*, Vol. 7, No. 3, Hal. 38-45.

Pengaruh Halal, Keamanan Pangan dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa dengan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) / Atika Salsabila, Hana Catur Wahyuni

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2021 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. All Right reserved. This is an open access article under the CC BY licence (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

- [27] Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi, (2019), “Determinan Minat Membeli Produk Halal”, At-Tijarah, Vol. 5, No. 2, Hal. 232-246.
- [28] Setyani, Tri Putri Hertandri, Wasis Gunadi, (2020), “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio KIA Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima)”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya, Vol. 1 No. 1, Hal. 92-102.
- [29] Sodikin, Syafrizal, Setyo Wira Rizki, Hendra Perdana, (2020), “Penerapan Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) Pada Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Kepolisian”, Bimaster, Vol. 9, No. 3, Hal. 395-404.
- [30] Suarantalla, Ryan, Yandri Sudodo, Koko Hermanto, (2020), “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional di Kecamatan Sumbawa Menggunakan Structural Equation Modeling”, Performa, Vol. 19, No. 2, Hal. 185-198.
- [31] Toyo, Mulyani, (2019), “Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam”, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 1, Hal. 69-83.
- [32] Umbara, I Gede Gandeva, Ni Luh Putu Suciptawati, (2018), “Pengaruh Seni dan Sosial Budaya Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Tato Menggunakan Structural Equation Modeling (SEM)”, E-Jurnal Matematika, Vol. 7, No. 4, Hal. 364-370.
- [33] Wahyuni, Hana Catur, Wiwik Sumarmi, (2018), “Pengukuran Risiko Keamanan Pangan Pada Sistem Rantai Pasok Ikan Segar”, Jati Undip, Vol. 13, No. 1, Hal. 37-44.
- [34] Weliani, Steffi, (2015), “Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation dan Physical Environment Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction”, Ultima Management, Vol. 7, No. 1, Hal. 39-61.
- [35] Wibowo, D.E., Mandusari, B.D. (2018). “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan”. Indonesian Journal of Halal, Vol 1, No. 1, Hal. 73- 77.
- [36] Widiatmaja, Irsyad, Dewi Kurniasih, Ani Maisarah Disrinama, (2020), “Penilaian Penerapan Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) dan Safety Culture di Perusahaan Catering In-Flight”, Jurnal Teknik Industri, Vol. 23, No. 2, Hal. 1-8.
- [37] Widodo, Untung, (2020), “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Merek dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Gelang Gemilang Jaya Bella Spring Bed Semarang”, Fokus Ekonomi, Vol. 15, No. 1, Hal. 217-230.
- [38] Wisker, Z.L. (2020). The Effect of Fake News in Marketing Halal Food: a Moderating Role of Religiosity. Journal of Islamic Marketing. Vol 12, No.3.
- [39] Wulandari, Dewi, Yanuar Hery Murtianto, (2017), “Structural Equation Modeling Sebagai Materi Untuk Pengembangan Modul Mata Kuliah Komputasi Statistik”, Jurnal Ilmiah Teknosains, Vol. 3, No. 1, Hal. 50-53.
- [40] Yahya, Julistyono Widodo, (2020), “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Sepatu Merek Bata Pada Toko Bata Tolitoli”, Jurnal Actual Organization of Economy, Vol. 01, No. 01, Hal. 1-10.
- [41] Zahrah, Aminatuz, Achmad Fawaid, (2019), “Halal Food di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek dan Tantangan”, Hayula, Vol. 3, No. 2, Hal. 121-138.
- [42] Zaini, Ahmad, Rois Arifin, Khalikussabir, (2020), “Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Layanan, Atmosphere, Kualitas Produk, Lokasi dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Pada D’Kovi Turen”, E-Jurnal Riset Manajemen, Vol. 9, No. 20, Hal. 48-56.
- [43] Zakia, Nisa, Dwi Suhartanto, Rafiati Kania, (2020), “Faktor Pembentuk Kepercayaan Pembelian Makanan Halal Melalui Pengiriman Makanan Daring”, Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar, Vol. 11, No. 1, Hal. 1186-1191.
- [44] Zulher, (2019), “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan BA (Beauty Advisor) Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Wardah (Studi Kasus Konsumen Lottemart Kuningan City)”, Jurnal Manajemen, Vol. 07, No. 2, Hal. 126-142.