

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI HALAL *LIFESTYE* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK HALAL

(Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah di Madura)

Seorang muslim yang faham tentang halal *lifestyle* sejatinya akan sangat memperhatikan cara bergaya hidup mereka. Utamanya masyarakat yang kental akan pengetahuan agamanya, begitupun dengan mahasiswa ekonomi syariah di Madura yang notabennya selalu diajarkan bagaimana hidup seorang muslim yang sesuai dengan aturan syariat islam, atau halal *lifestyle* itu sendiri, mempunyai pemahaman (literasi) tentang halal lifestyle. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemahaman/literasi yang bagus tentang halal itu berpengaruh terhadap minat, apakah orang yang mempunyai pengetahuan yang bagus itu pasti membeli produk halal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, adapun teknik pengambilan datanya menggunakan kuesioner dengan Jumlah sampel sebanyak 96 dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin. Analisis pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, regresi linier sederhana, uji T dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi halal *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk halal (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah di Madura). Dengan koefisien $t_{hitung} = 8,843 \geq t_{tabel} = 1,98552$, dan nilai sig. sebesar $0,000 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun koefisien determinasinya sebesar 0,454 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh literasi halal *lifestyle* (X) terhadap daya minat menggunakan produk halal sebesar 0,454 atau 45,4%.

Kata Kunci : Literasi, Halal *Lifestyle*, Produk Halal.

ABSTRACT

THE EFFECT OF HALAL LIFESTYLE LITERATION ON THE INTEREST OF USING HALAL PRODUCTS

(Case Study of Islamic Economics Students in Madura)

A Muslim who genuinely comprehends halal lifestyle will surely upkeep to their lifestyle. Primarily a society that is copious with religious understanding, or students of Islamic economics in Madura whose happened to be taught how to live in accordance with Islamic Shariah, as well as halal lifestyle itself, have an understanding of halal lifestyle. Therefore this study aims to determine whether the understanding or literacy of halal effect the interest, do people who have good knowledge certainly buy halal products.

The method used in this study is a quantitative research method, while the data collection technique used questionnaire with a total sample of 96 whereasthe sampling used Slovin formula. Analysis of the test in this study used validity test, reliability test, normality test, simple linear regression, T test and coefficient of determination (R^2).

The result shows that literacy of halal lifestyle has a positive and significant effect on the interest in using halal products (case study of Islamic Economics students in Madura). By means of the coefficient $t_{\text{count}}=8.843 \geq t_{\text{table}} = 1.98552$, and the value of Sig of $0.000 \leq 0.05$, consequently H_0 is rejected and H_a is accepted. The determination coefficient is 0.454 which implies that the influence of literacy of halal lifestyle (X) on the interest in using halal products is 0.454 or 45.4%.

Keywords: Literacy, Halal Lifestyle, Halal Products