



**PENGARUH RELIGIUSITAS, NORMA SUBJEKTIF, DAN *PERCEIVED*
BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP NIAT BELI MAKANAN
BERLABEL HALAL
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

AGUS MUKOROBIN

NPM 21601081576



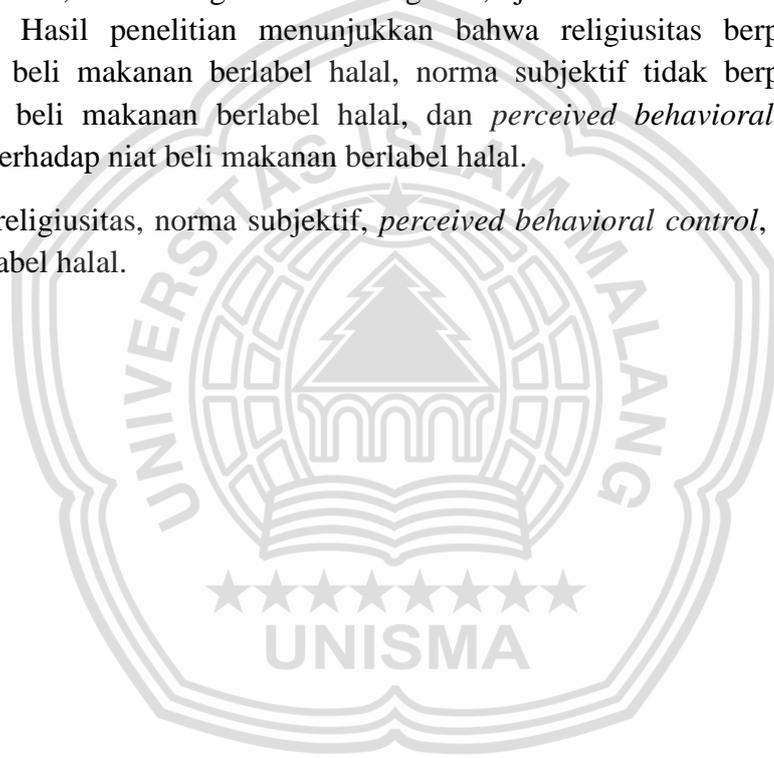
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap niat beli makanan berlabel halal, pengaruh norma subjektif terhadap niat beli makanan berlabel halal, dan pengaruh *perceived behavioral control* terhadap niat beli makanan berlabel halal. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research*. Subyek penelitian dilakukan pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2016 sebanyak 70 mahasiswa. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap niat beli makanan berlabel halal, norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat beli makanan berlabel halal, dan *perceived behavioral control* berpengaruh terhadap niat beli makanan berlabel halal.

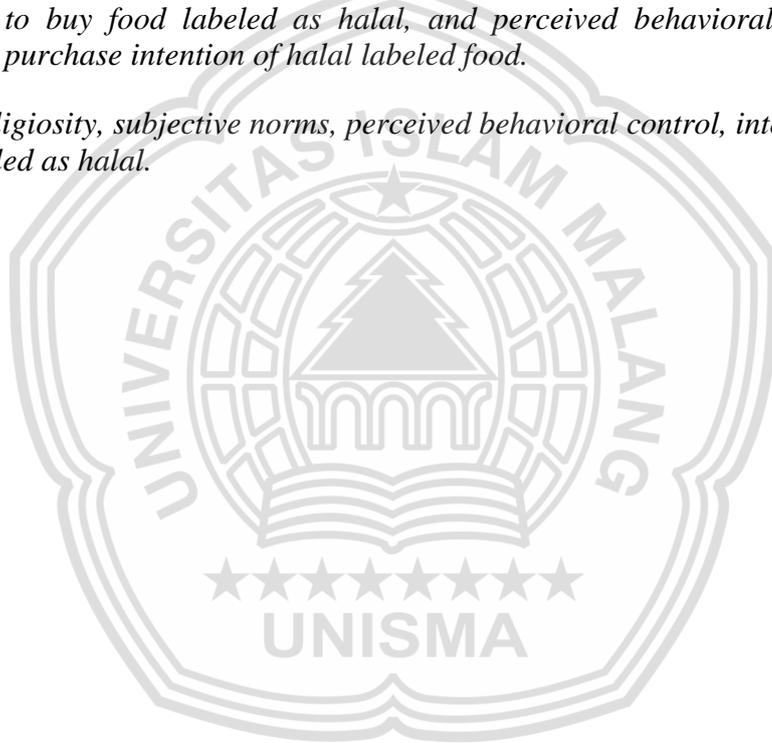
Kata kunci : religiusitas, norma subjektif, *perceived behavioral control*, niat beli makanan berlabel halal.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of religiosity on food purchase intentions with halal label, the influence of subjective norms on food purchase intentions labeled with halal, and the effect of perceived behavioral control on food purchase intentions with halal label. This research is an explanatory research type. The subjects of the study were 70 students of FEB Islamic University of Malang. Data collection method is done by using a questionnaire. The analytical method used is the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, and hypothesis testing. The results showed that religiosity affects the purchase intention of halal-labeled food, subjective norms do not affect the intention to buy food labeled as halal, and perceived behavioral control influences the purchase intention of halal labeled food.

Keywords: religiosity, subjective norms, perceived behavioral control, intention to buy food labeled as halal.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia dan sangat penting bagi keberlangsungan hidup. Makanan dapat mempengaruhi kesehatan manusia, maka diperlukan makanan yang memiliki kandungan yang baik bagi tubuh. Dewasa ini, dengan adanya pasar bebas dan industri makanan yang kian berkembang maka semakin beragam produk makanan yang beredar di masyarakat. Disatu sisi kondisi seperti ini memberikan manfaat bagi konsumen, mereka semakin mudah untuk memenuhi kebutuhannya dan memiliki kebebasan untuk memilih berbagai jenis produk makanan yang mereka inginkan sesuai dengan kemampuannya. Namun, perlu disadari terkadang masih banyak produk makanan yang masih diragukan kehalalannya. Seperti halnya semakin banyak produk-produk makanan impor yang berasal dari luar negeri yang belum tentu kehalalannya.

Makanan yang dikonsumsi tidak hanya yang mengenyangkan tetapi apakah kandungan yang terdapat dalam makanan itu halal atau tidak. Kehalalan suatu produk merupakan hal yang sangat penting dalam pemilihan produk makanan terutama bagi umat islam. Halal atau tidak suatu produk makanan merupakan suatu keamanan pangan yang mendasar bagi umat islam. Karena mengkonsumsi makanan halal merupakan kewajiban bagi setiap muslim. Karena menurut Al-Quran surat Al Baqarah ayat 168 mengkonsumsi makanan halal

merupakan kewajiban bagi setiap muslim. Dalam agama Islam jelas telah diatur mengenai makanan halal dan haram.

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti disahkan, diizinkan dan diperbolehkan. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terkait dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Dalam perspektif Islam, makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan untuk dimakan menurut ketentuan syariat Islam dan tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap kesehatan, sedangkan makanan haram adalah makanan yang tidak diperbolehkan atau dilarang untuk dimakan dalam syariat Islam dan mempunyai dampak negatif bagi kesehatan. Makanan halal sangat diwajibkan bagi kaum muslim. Dalam agama Islam jelas telah diatur mengenai makanan halal dan haram. Kata “halal” berasal dari bahasa Arab yang berarti disahkan, diizinkan dan diperbolehkan. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan untuk dimakan menurut ketentuan syariat Islam dan tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap kesehatan.

Halal menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki persyaratan tertentu yaitu :

1. Tidak mengandung DNA babi dan bahan apapun yang berasal dari babi
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan organ tubuh manusia, darah dan kotoran

3. Semua bahan yang berasal dari hewan harus disembelih menurut syariat islam Persyaratan tersebut terdapat dalam fatma MUI No. 12 Tahun 2009.

Konsep halal merupakan hukum syar'i bagi kaum muslimin. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan, definisi pangan halal (pasal 1 ayat 5) adalah:

(“Pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam”.)

Menurut Ariyanti, et.all, (2014:47) niat membeli pada dasarnya dilatar belakangi oleh ketersediaan suatu produk dan dapat pula di pengaruhi dari faktor-faktor yang lain. Niat membeli dapat ditimbulkan dari dorongan keinginan membeli ataupun dari dorongan keluarga ataupun lingkungan sekitar. Niat beli juga dapat timbul karena pengetahuan yang dimiliki seorang individu terhadap suatu produk, ataupun rasa ingin mencoba produk tersebut. Niat itu sendiri merupakan gabungan dari kepercayaan dan sikap konsumen terhadap produk ataupun jasa.

Niat membeli produk halal dapat di pengaruhi dari berbagai macam faktor. Selain dari ketersediaan produk tersebut, niat membeli dapat di pengaruhi dari faktor sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Aktifitas beragama yang erat

berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (ibadah) tetapi juga aktivitas lain yang didorong kekuatan batin (Ancok, 2011: 76). Religiusitas adalah penghayatan agama seseorang yang menyangkut simbol, keyakinan, nilai dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual. Menurut Jalaluddin (2001: 89) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Religiusitas tidak akan terlepas dari aspek keagamaan yang merupakan faktor internal seseorang dalam melakukan suatu perilaku terutama dalam melakukan konsumsi yang berkaitan dengan produk halal. Tingkat religiusitas seseorang berbeda-beda tergantung seberapa taat seseorang tersebut terhadap agama. Menurut Delener (1994) (dalam Jusmaliani dan Hanny, 2009:1) menyatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Norma Subjektif ditentukan oleh adanya keyakinan normatif (*normative belief*) dan keinginan untuk mengikuti (*motivation to comply*). Keyakinan normatif berkenaan dengan harapan-harapan yang berasal dari orang atau kelompok yang berpengaruh bagi individu. Mahasiswa tumbuh di lingkungan sosial yang berbeda-beda. Orang-orang disekeliling mahasiswa akan mempengaruhi pola pikirnya serta akan memberikan referensi kepada mahasiswa untuk melakukan suatu perilaku. Informasi yang didapatkan individu tersebut akan mendasari keyakinannya. Keyakinan mengenai harapan orang lain

ini akan memberikan tekanan dan dorongan dalam pembentukan perilaku seseorang.

Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) didefinisikan oleh Ajzen (2005:208) sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku. Kontrol perilaku persepsian ini merefleksikan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi halangan-halangan yang ada sehingga semakin menarik sikap dan norma subjektif terhadap perilaku. Semakin individu merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan perilaku, maka lebih besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut dan begitu juga sebaliknya (Ajzen, 2005:208). Setiap individu memiliki kontrol terhadap dirinya yang dapat mendorongnya untuk berniat melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku yang dirasakan individu berbeda-beda karena pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh individu berbeda-beda. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian **Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif Dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016).**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang tersebut dapat disimpulkan pertanyaan untuk penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan terhadap niat beli makanan berlabel Halal
- 2) Bagaimana pengaruh Religiusitas terhadap niat beli makanan berlabel Halal
- 3) Bagaimana pengaruh Norma Subjektif terhadap niat beli makanan berlabel Halal
- 4) Bagaimana pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap niat beli makanan berlabel Halal

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang timbul di perumusan masalah yaitu untuk mengetahui:

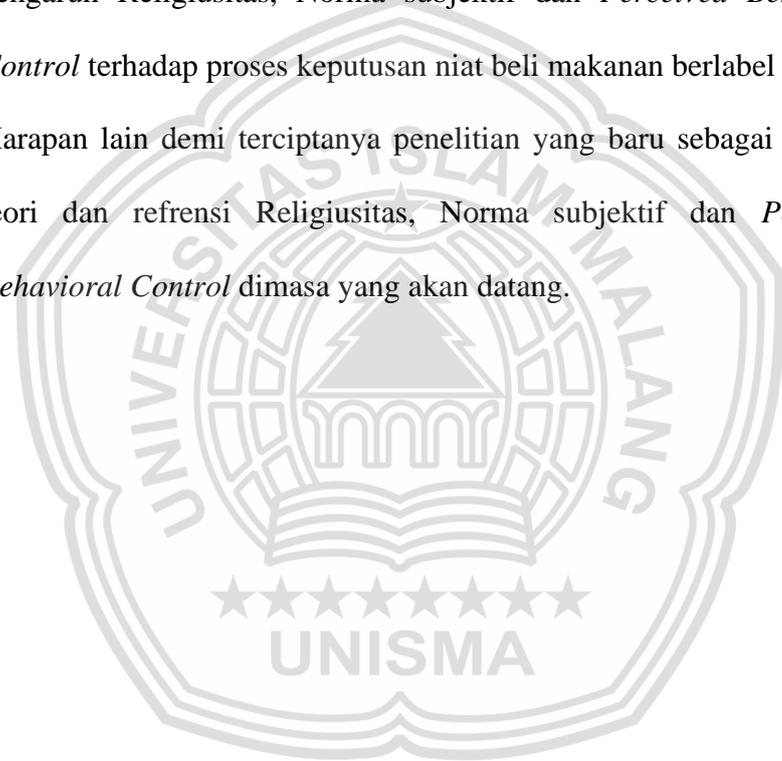
1. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan terhadap niat beli makanan berlabel Halal
2. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap niat beli makanan berlabel Halal
3. Untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif terhadap niat beli makanan berlabel Halal

4. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap niat beli makanan berlabel Halal

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tentang pengaruh Religiusitas, Norma subjektif dan *Perceived Behavioral Control* terhadap proses keputusan niat beli makanan berlabel halal.
2. Harapan lain demi terciptanya penelitian yang baru sebagai lanjutan teori dan referensi Religiusitas, Norma subjektif dan *Perceived Behavioral Control* dimasa yang akan datang.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dianalisis bab sebelumnya mengenai Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini religiusitas, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap niat beli makanan berlabel halal pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.
2. Dari hasil penelitian ini religiusitas berpengaruh signifikan terhadap niat beli makanan berlabel halal pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.
3. Dari hasil penelitian ini norma subjektif berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli makanan berlabel halal pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.
4. Dari hasil penelitian ini *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap niat beli makanan berlabel halal pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini telah mengusahakan dan melaksanakan penelitian sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih mempunyai keterbatasan, sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi niat beli adalah religiusitas, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Dan masih banyak variabel-variabel lain yang mampu mempengaruhi minat beli.
2. Penggunaan kuesioner menjadi keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi produsen

Makanan untuk lebih meningkatkan usahanya dalam memperoleh label halal yang resmi dari MUI. Hal ini dapat diamati dari peminat produk makanan halal pada saat ini bukan hanya dari kalangan muslim saja, karena semakin meningkatnya kesadaran akan baiknya makanan halal bagi tubuh sebagai gaya hidup yang sehat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hendaknya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, dan menambahkan indikator-indikator yang terkait dengan fenomena terkini mengenai niat beli produk-produk halal.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Zakarija. 2010. “*Theory of Planned Behaviour*”. (Online) Diakses pada 2 Februari 2020.
- Ahmad, M., Kadir, S., Saleluddin, N. 2013. “*Perception and Behavior’s of Muslims and Non-Muslims Towards Halal Products*”. *Journal of Social and Development Sciences* (Juni 2013): 249-25.
- Ajzen, Icek. 1991. “*The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*”. 50, 179-211. Amherst: Academia Press.Inc.
- Ajzen, Icek. 2002. “*Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior*”. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 4, pp. 665-683.
- Ajzen, Icek. 2005. “*Attitude, Personality, and Behavior second edition*”. USA: Open University Press.
- Ancok, D dan Suroso F. N. 2011. “*Psikologi Islami Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*”. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggraini, Nina Farista, and Sri Walyoto.2018.”*Analisis Pengaruh Theory of Planned Behavior Terhadap Niat Beli Makanan Halal pada Masyarakat Surakarta. Diss*”. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Ani, Nur Aida Fitri, Imam Khairul, and MSI SHI. *ANALISIS THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP NIAT BELI MAKANAN BERLABEL HALAL PADA KONSUMEN NONMUSLIM DI SOLORAYA*. Diss. IAIN SURAKARTA, 2018.
- Arikunto, S. 2006. “*Metode Penelitian Kualitatif*”. Jakarta: Bumi Aksara
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Cahyono, Dwi.2017.”*PENGARUH RELIGUISITAS, NORMA SUBJEKTIF DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN RINGAN BERLABEL HALAL (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo)*”. Diss. Manajemen-FE.
- Divianjella, Monicha. 2018. “Pengaruh Religuisitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Niat Menggunakan Produk Kosmetik Halal”.
- Durianto, D., dan Liana, C., 2004.”. *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*”.*Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 11, No. 1.

- Ekawati, Labibah. 2016. *“Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *“Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research”*. Philippines: Addison-Wesley Publishing Company
- Ghozali, I. 2016. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM Program SPSS 19”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haro, Andrian. (2015). Antecedent Dari Minat Pembelian Produk Shampo Natural Dan Organik. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 6, No. 1.
- Harun Nasution. 1985. *“Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspeknya Jilid I”*. Jakarta: UI Press
- Jalaluddin. 2001. *“Psikologi Agama”*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Jalaluddin. 2010. *“Psikologi Agama”*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jogiyanto. 2007. *“Sistem Informasi Keperilakuan”*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2000. *“Prinsip-Prinsip Pemasaran”*. Edisi Kedelapan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nashori, Fuad. 2002. *“Agenda Psikologi Islam”*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (pasal 1 ayat 5).
- Priyatno, Duwi. 2012. *“Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20”*. Edisi Kesatu. Yogyakarta: ANDI-
- Rahmah. 2011. *“Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Membeli Buku Referensi Kuliah Ilegal Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Shiffman, Leon G, and Leslie Lazar Kanuk. 2000. “*Consumer Behavior 7e, Int Edition*”. New Jersey: Prenhallindo.
- Sukesti, F; Budiman, M. 2014. “The Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase Decision on Food Products in Indonesia”. *International Journal of Business, Economics and Law, Vol 4, Issue 1 (June)* ISSN 2289-1552.
- Sugiyono. 2006. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*”. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*”. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. “*Metode Penelitian Bisnis*”. Bandung : Alfabeta.-
- Sugiyono. 2013. “*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2017). “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung CV: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. “*SPSS Untuk Penelitian*”. Yogyakarta : Pustaka Baru Press-
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Pasal 1 angka 1.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

