

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN HALAL,
SIKAP,NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI KONTROL
PERILAKUTERHADAP NIAT BELI MAKANAN HALAL
ROCKET CHICKEN DI KESESI (STUDY PADA
MASYARAKAT PEKALONGAN)**

Usulan Penelitian Skripsi

Untuk memenuhi sebagai persyaratan

Mencapai Drajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

Nelly Ertika Agistya

Nim : 30401700171

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2020

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN HALAL,
SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI KONTROL
PERILAKU TERHADAP NIAT BELI MAKANAN HALAL
ROCKET CHICKEN DI KESESI (STUDY PADA
MASYARAKAT PEKALONGAN)**

Di Susun Oleh :

Nelly Ertika Agistya

30401700171

Telah disetujui oleh dosen pembimbing dan selanjutnya

dapat di ajukan ke hadapan sidang panitia ujian Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 30 Mei 2021

Pembimbing,

Prof. Dr. Ibnu Khajar, SE., M.Si

NIK. 210491028

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN HALAL, SIKAP, NORMA
SUBJEKTIF DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT
BELI MAKANAN HALAL ROCKET CHICKEN DI KESESI (STUDY
PADA MASYARAKAT PEKALONGAN)**

Disusun Oleh:

Nelly Ertika Agistya

NIM: 30401700171

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal, 12 juni 2021

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Prof. Dr. Ibnu Khajar, SE., M.Si

NIK. 210491028

Penguji 1

Penguji 2



Digitally signed
by Dr. Ken Sudarti, SE., M.Si
Date:
2021.06.17
19:42:33 +07'00'



Dr. Ken Sudarti, S.E., M.Si.

Dr. Hj. Alifah Ratnawati, M.M.

NIK.210491023

NIK. 210499019

Penelitian Skripsi ini diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen Tanggal, 12 juni 2021

Ketua Program Studi



Dr. H. Ardian Adhiatma, S.E., M.M

NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nelly Ertika Agistya

NIM : 30401700171

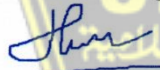
Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Makanan Halal Rochket Chicken di Kesesi (Study Pada Masyarakat Pekalongan)" dan diajukan untuk diuji pada tanggal 12 Juni 2021 adalah karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau tulisan yang saya ambil dari orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazan yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 12 Juni 2021

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Ibnu Khajar, SE., M.Si
NIK.210491028.

Yang Membuat Pernyataan



Nelly Ertika Agistya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi dengan judul **Analisis pengaruh Kesadaran halal dan Theory of Planned Behavioral terhadap niat beli makanan halal pada konsumen Rocket Chicken di Keresi Pekalongan** yang disusun sebagai syarat akademis untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan penelitian skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan dan bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan usulan penelitian skripsi ini berlangsung. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Prof. Dr. Ibnu Khadjar, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dengan sabar membimbing dan mengarahkan peneliti sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Kedua Orang Tuaku Tercinta, ibunda Indah Rohmawati dan ayahanda Setyarso yang senantiasa mendoakan, membimbing dan mendukung baik secara moril maupun materil dengan penuh kasih sayang

kepada saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Ridho dan kebahagiaan kalian adalah tujuan hidupku sebagai putri yang kalian besarkan dengan air mata kebahagiaan dan penuh pengorbanan.

6. Kepada Seluruh keluarga Besar Sohid Hidayat dan Suwarno terimakasih yang tiada hentinya mendoakan saya dan selalu memberikan dukungan.
7. Sahabat - sahabat saya Putri Adining, Puput Yulita, Ning, Widya, Dinda, Tika, Nanda, Ruly, Tiwi, Puspita, Rosa, Novi yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Teman-teman angkatan 2017 Prodi S1 Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

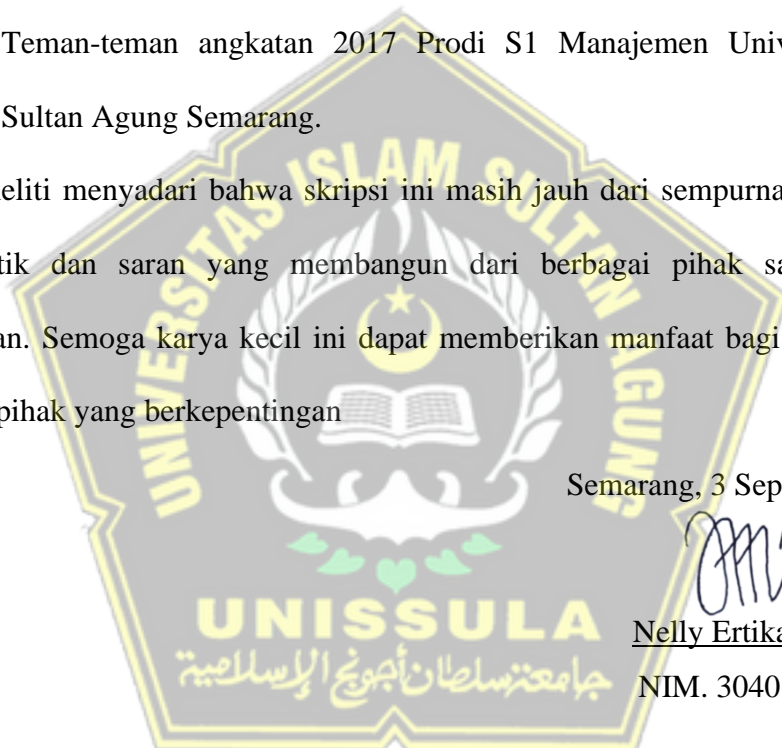
Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan. Semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan

Semarang, 3 September 2020



Nelly Ertika Agistya

NIM. 30401700171



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif, persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli makanan halal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Pekalongan. Teknik pengambilan sampling dengan metode Purposive sampling dengan cara memilih sampel yang sesuai dengan pertimbangan. Sampel diambil sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Niat Beli, Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli, Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli, Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli.

Kata Kunci : Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Niat Beli

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine and analyze the effect of Halal Awareness, Attitudes, Subjective Norms, Perceptions of Behavioral Control on the Purchase Intention of Halal food. The population used in this study is the people of Pekalongan. The sampling technique used is the purposive sampling method by selecting the appropriate sample according to the considerations. Samples were taken as many as 100 respondents. The results show that Halal Awareness has a negative and significant effect on Purchase Intention, Attitude has a positive and significant effect on Purchase Intention, Subjective Norms have a positive and significant effect on Purchase Intention, Behavioral Control Perceptions have a positive and significant effect on Purchase Intention.

Keywords: Halal Awareness, Attitude, Subjective Norm, Perception of Behavioral Control, Purchase Intention



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Sesungguhnya Allah tidak akan merubah suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (Q.S Ar Rad: 11)

Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan (Q.S Al Insyiroh:5)

PERSEMBAHAN :

1. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orang tua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya, ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya mereka berdua membuka hati untukku terimakasih karena selalu ada untukku.
2. Untuk diri saya sendiri terimakasih sudah berjuang dan bertahan sampai detik ini.
3. Untuk saudara-saudaraku, terimakasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat aku membutuhkannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
x	
ABSTRACT.....	x
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB IPENDAHULUAN.....	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Makanan Halal.....	7
2.2. Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	9
2.3. Faktor yang mempengaruhi Niat Beli.....	11
2.3.1. Kesadaran Halal.....	11
2.3.2. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory Of Planned Behavioral</i>).....	12
2.4. Hubungan Antar Variabel.....	18
2.4.1. Pengaruh Kesadaran halal terhadap Niat beli.....	18
2.4.2. Pengaruh Sikap terhadap niat beli.....	19
2.4.3. Pengaruh Norma Subjektif terhadap niat beli.....	21
2.4.4. Pengaruh kontrol perilaku terhadap niat beli.....	21
2.5. Model Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Populasi dan Sampel.....	24

3.3.	Sumber dan Jenis Data	26
3.4.	Metode Pengumpulan Data	26
3.5.	Variabel dan Indikator	26
3.6.	Teknik Analisis.....	28
3.6.1.	Uji Validitas	28
3.6.2.	Uji Reliabilitas	28
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.4.	Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1.	Gambaran Responden.....	36
4.1.1.	Jenis Kelamin	36
4.1.2.	Usia	37
4.1.3.	Pekerjaan	37
4.2.	Jawaban Responden	38
4.2.1.	Variabel Kesadaran Halal	38
4.2.2.	Variabel Sikap	40
4.2.3.	Variabel Norma Subjektif	41
4.2.4.	Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	41
4.2.5.	Niat Beli	43
4.3.	Uji Validitas	45
4.4.	Uji Reliabilitas.....	47
4.5.	Uji Asumsi Klasik	47
4.5.1.	Uji Normalitas	48
4.5.2.	Uji Multikolinearitas	49
4.5.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.6.	Analisis Regresi Berganda	51
4.7.	Pengujian Hipotesis	53
4.7.1.	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	53
4.7.2.	Koefisien Determinasi (R ²)	55
4.7.3.	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	56
4.8.	Pembahasan	57
4.8.1.	Kesadaran Halal dan Niat Beli	57
4.8.2.	Sikap dan Niat Beli	57
4.8.3.	Norma Subjektif dan Niat Beli.....	58
4.8.4.	Persepsi kontrol perilaku dan Niat Beli	58

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran-saran	61
5.3. Keterbatasan penelitian	61
5.4. Agenda yang akan datang.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5. 1	23
Gambar 4.1	53



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3. 2. Interpretasi Alpha.....	29
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4. 2. Usia.....	37
Tabel 4. 3. Pekerjaan.....	37
Tabel 4. 4. Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Kesadaran Halal	38
Tabel 4. 5. Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Sikap.....	40
Tabel 4. 6. Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Norma Subjektif	41
Tabel 4. 7. Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Persepsi Kontrol Perilaku.....	42
Tabel 4. 8. Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Niat Beli.....	43
Tabel 4. 9. Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 10. Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4. 11. Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 12. Hasil Uji Multikolinieraitas.....	49
Tabel 4. 13. Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4. 14. Nilai Koefisien Regresi.....	52
Tabel 4. 15. Hasil Pengujian Uji T.....	54
Tabel 4. 16. Pengujian Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4. 17. Uji F.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Islam adalah agamayang mengajarkan keselamatan atau kesejahteraan bagi umatnya baik di dunia ataupun diakhirat. Islam juga mengatur tentang halal dan haram didalam makanan, Makanan merupakan kebutuhan primer bagi mahluk hidup baik itu manusia maupun hewan, makanan dapat membantu manusia dalam mendapatkan energi, membantu pertumbuh badan dan otak. Jika tidak ada asupan makanan yang masuk dalam tubuh manusia, manusia tidak dapat tumbuh, berkembang dengan baik danakan lemas lama kelamaan akan meninggal. Demi kesehatan tubuh, manusia harus mengkonsumsi makanan dengan kandungan gizi dan protein. Selain itu umat Islam diharuskan makan makanan yang halal dari baik segi pengolahan, cara mendapatkan, cara mengemas bahkan cara menyalurkannya. Bagi umat Muslim makanan halal merupakan symbol kebersihan, keamanan, serta kualitas tinggi. (Merican, 1995).

Jumlah populasi umat Muslim di seluruh penjuru dunia sudah mendekati jumlah 2 milyar dengan estimasi pada taun 2020mencapai 2,049 milyar jiwa. Jumlah umat muslim tiap tahun semakin bertambah pesat. Seharusnya umat Islam sadar akan hal makanan halal. Jumlah muslim di Indonesia sendiri mencapai angka kurang lebih 229 juta ini adalah 87,2% dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 263 juta. Atau sekitar

13% dari populasi muslim dunia (ibtimes.id). Kesadaran akan halal secara harfiah berarti memiliki minat khusus atau pengalaman halal, selain memiliki pengetahuan tentang makanan halal, minuman, dan produk (Ambali & Bakar, 2014).

Mayoritas penduduk Indonesia muslim sehingga pola konsumerisasi dipengaruhi oleh agama Islam. Banyaknya permintaan terhadap makanan halaltersebut menjadikan sebuah dorongan bagi industri pangan untuk menghasilkan makanan halal seperti MCD, KFC, Burger KING, Phd, Raket chicken, Ayam geprek pak sai, ayam gepuk dan lain sebagainya yang sudah mempunyai sertifikat halal MUI.

Kesesi merupakan sebuah kecamatan yang ada di daerah kabupaten Pekalongan yang memiliki berbagai tempat wisata alam serta makanan khasnya juga terdapat makanan yang moderncepat saji salah satunya *Rocket Chicken* adalah salah satu perusahaan makanan halal cepat saji yang menggunakan konsep penjualan waralaba, sudah memiliki sertifikat halal dari MUI dengan produk unggulannya fried chicken, burger, steak and chine food, Raket Chicken sudah membuka cabang di berbagai wilayah indonesia termasuk di Pekalonganpun telah berkembang sehingga memiliki cabang-cabang dengan membangun team work bersifat totalitas, kejujuran dan loyalitas sehingga Rocket Chicken bisa meroket seperti sekarang. Beralamatkan di Jalan Bahurekso, Kauman Kesesi Pekalongan. Usaha ini mentargetkan konsumen dari berbagai kalangan, dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga

terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan. Bahwa ini akan dijadikan objek penelitian oleh peneliti.

Menurut *Theory of Planned Behavior* atau teori perilaku terencana yang diteliti oleh Ajzen (2005), perilaku terencana konsumen dalam melakukan suatu pembelian dipengaruhi oleh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi kontrol perilaku. Sikap merupakan kondisi manusia memotivasi untuk bertindak atau berperilaku dalam berkegiatan di lingkungan sosial dengan perasaan tertentu yang sebagai bentuk tanggapan terhadap obyek, situasi atau kondisi lingkungan sekitarnya. Penelitian oleh Rachmawati (2017) menunjukkan Variabel Sikap tidak mempengaruhi Niat konsumen dalam mengkonsumsi dan membeli makanan halal. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan hasil yang diteliti oleh Maghfiroh (2015) dan Anggit Listyoningrum (2012) didapati Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.

Norma subjektif adalah keyakinan yang timbul dalam diri seseorang yang dipengaruhi oleh orang disekitarnya, dalam kelompok atau perorangan untuk melakukan atau tidak melakukannya, penelitian oleh Ridwan Nurdin (2017) dan Yuli Setiawan, Retno Setyorini (2015) norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat beli makanan halal.

Persepsi kontrol perilaku merupakan sulit dan mudahnya dalam melakukan perilaku atau tidak melakukan dari keadaan dibawah kendalinya. Penelitian oleh Andrian Haro (2016) menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Variabel yang memengaruhi niat beli tidak hanya sikap, norma subjektif dan juga persepsi kontrol perilaku tetapi juga dipengaruhi oleh variabel kesadaran halal, kesadaran halal merupakan Pengetahuan umat muslim untuk mengetahui atau mengerti tentang produk halal, bagaimana produk diolah dan disimpan. Penelitian nikmatul Rokhmah (2020) menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat beli.

Penelitian-

penelitian terkait niat beli sudah banyak dilakukan namun masih terdapat perbedaan hasil. Menarik untuk diteliti kembali sertadengan mengembangkanteori TPB yaitu dengan menambahkan variabel baru yakni Kesadaran Halal untuk mengisi research gap. Judul penelitian yang akan diteliti adalah **“Analisis pengaruh Kesadaran halal, Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi kontrol Perilaku terhadap niat beli makanan halal Rocket Chickendi Kesesi (studipadamasyarakat Pekalongan)**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka rumusan masalah yang disusun untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap niat beli adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kesadaran Halal terhadap niat beli konsumsi makanan halal rocket chicken?

2. Bagaimanakah pengaruh Sikap terhadap niat beli belimengkonsumsimakan anhalalRoketChicken?
3. Bagaimanakah pengaruh Norma Subjektif terhadap niat belimengkonsumsi makan anhalalRoketChicken?
4. Bagaimanakah pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap niat belimengkonsumsimakan anhalalRoketChicken?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah kesadaran Halal, sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan secara signifikan memengaruhi niat beli makanan halal Roket Chicken
2. Untuk mengetahui apakah Kesadaran Halal secara signifikan memengaruhi niat beli makanan halal Roket Chicken
3. Untuk mengetahui apakah Sikap secara signifikan memengaruhi niat beli makanan halal Roket Chicken
4. Untuk mengetahui apakah Norma Subjektif berpengaruh terhadap niat beli makanan halal Roket Chicken
5. Untuk mengetahui apakah Persepsi konsumen Roket Chicken

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat mengasah cara berpikir kritis terhadap fenomena yang ada di dunia marketing yang bermanfaat juga dalam menambah pengetahuan yang penulis miliki, khususnya dalam hal yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen di Indonesia dalam membeli makanan halal.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi pihak praktis yang berhubungan langsung dengan konsumen, dapat menyadari bahwa adanya produk halal merupakan usaha meningkatkan mutu. Sebagai pihak yang berhubungan dengan konsumen. Serta diharapkan hasil ini dapat melengkapi landasan teori yang berhubungan dengan teori perilaku yang dimiliki konsumen dalam melakukan pembelian makanan halal. Bagi pihak akademis diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi ke pustakaan, sumber tambahan rujukan untuk penelitian berikutnya bagi mahasiswa atau mahasiswa kampus.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Makanan Halal

Halal dalam bahasa arab berarti diperbolehkan untuk dilakukan, dikonsumsi menurut hukum (Yusoff, 2004). Makanan haram dilarang oleh agama karena makanan haram mengandung banyak bahaya kesehatan bagi yang memakannya karena sudah dijelaskan dalam al-quran dan hadis. Dalam surat Al-Maidah ayat 88, terdapat perintah untuk memakan makanan halal. “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” Selain surat Al-Maidah ayat 88 perintah untuk memakan makanan halal terdapat juga dalam surat Al- Baqarah ayat 168

“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Dapat disimpulkan bahwa dari dua surat tersebut kita harus memakan makanan yang halal supaya mendapatkan manfaat dan keberkahan. Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) syarat makanan halal bagi umat Muslim adalah:

- 1) Tidak menggunakan bahan yang berasal dari babi
- 2) Tidak terdapat kandungan bahan-bahan yang diharamkan seperti darah, organ tubuh manusia, dan kotoran

- 3) Proses penyembelihan yang sesuai dengan syariat Islam Persyaratan tersebut terdapat dalam fatma MUI No. 12 Tahun 2009.

Makanan halal tidak hanya memberikan bermanfaat bagi umat Islam saja, manfaat makanan halal juga dapat dinikmati oleh umat manusia diseluruh dunia, makanan yang termasuk dari golongan makanan haram yaitu seperti bangkai,daging babi **darah, jallah**.Di dalam Islam terdapat 2 jenis makanan yang diharamkan yaitu

1) **Haram karena Dzatnya**

Makanan haram karena dzatnya. yang dimaksud di sini adalah asal dari makanan tersebut sudah haram seperti daging babi, daging binatang buas, daging anjing, darah, dan sebagainya. Seseorang yang mempunyai iman tentunya tidak akan pernah mencoba untuk mengkonsumsi makanan tersebut karena tahu bahwa makanan tersebut dilarang oleh agamanya.

2) **Haram karena suatu sebab**

Makanan diharamkan karena suatu sebab yang diperoleh dengan cara yang tidak halal. Makanan tersebut aslinya halal karena diperoleh dengan tidak halal hukumnya berubah menjadi haram misal makanan yang diperoleh dari hasil curian, hasil zina, perdukunan.

- 3) Makanan yang termasuk dari golongan makanan haram yaitu seperti bangkai,daging babi darah, jallah.

Departemen Agama mengeluarkan kebijakan untuk menjamin kehalalan makanan :

- a) Bahan / zat yang terkandung dalam makanan, baik bahan baku atau bahan tambahan.
- b) Proses produksi tidak boleh terkontaminasi dengan sesuatu yang najis.
- c) Proses penyimpanan tidak boleh terkontaminasi dengan sesuatu yang najis
- d) Proses Distribusi, baik peralatan yang digunakan maupun orang yang mendistribusikan tidak boleh terkontaminasi dengan sesuatu yang najis
- e) Cara penyajian/*display* tidak boleh terkontaminasi dengan sesuatu yang najis

2.2. Niat Beli (*Purchase Intention*)

Niat adalah campuran yang berasal dari kepercayaan dan sikap konsumen untuk melakukan sesuatu. Niat beli pada konsumen berasal dari sikap dan evaluasi konsumen terhadap suatu produk dan juga merupakan faktor-faktor eksternal produk tersebut. Niat beli terjadi apabila konsumen meniru pengalaman terdahulu mereka dalam lingkungan eksternal pada saat memperoleh informasi dan mengevaluasi untuk membuat keputusan pembelian (Zeithaml, 1988; Dodds et al., 1991; Schiffman & Kanuk, 2000)

Niat beli merupakan pendorong langsung perilaku (Ajzen, 1991). Ajzen (1985) menyatakan bahwa, niat beli adalah keadaan di mana seorang individu ingin melakukan membeli produk tertentu. Niat membeli produk halal dapat dipengaruhi dari berbagai macam faktor. Selain dari

ketersediaan produk tersebut, niat membeli dapat di pengaruhi dari faktor sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Ajzen dan Fishbein (1980) mendefinisikan perilaku membeli sebagai kegiatan kesediaan individu untuk mendapatkan produk yang diinginkan dan proses pengambilan keputusan dan penentuan kegiatan.

Niat beli terhadap suatu produk terjadi pada saat konsumen mengetahui manfaat yang diperoleh dan juga untuk memprediksi perilaku pembelian konsumen. Menurut Monroe dan Krishnan (1985) perceived value dan perceived quality mempengaruhi niat beli, semakin besar perceived value dan perceived quality maka semakin besar pula niat beli yang dimiliki konsumen.

Niat beli (*Purchase Intention*) adalah keinginan hasrat yang berasal dari dalam diri seseorang untuk membeli produk tertentu, yang merupakan perilaku seseorang berkaitan dengan keputusan menuju arah pembelian dan di pengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Indikator yang digunakan dalam niat beli menurut (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 2011) yaitu

- 1) Pertimbangan pembelian
- 2) Pembelian Secara Rutin
- 3) Bermanfaat
- 4) Pertimbangan untuk berahli
- 5) Belanja lebih banyak

Niat beli seringkali digunakan untuk menilai perilaku konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mencari tahu informasi tentang

produk lalu dipertimbangan. Menurut model perilaku konsumen Engel, et al.,(2008:141) yang membentuk niat beli yaitu kepercayaan mengenai produk atau merek dan artributnya, lalu dikaitkan dengan pergeseran dalam sikap terhadap tindakan pembelian dan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Ajzen menambahkan bahwa minat beli terbentuk pada saat hasil dari aktivitas yang terlihat dalam situasi, yaitu minat untuk melakukan tanggapan jelas dan khusus yang akan terjadi (Ajzen, 2005) (Adji, et all., 2014).Shiffman dan Kanuk (2007:228) mengemukakan bahwa niat membeli merupakan persepsi sikap seseorang terhadap sesuatu yang diinginkan untuk dibeli.

2.3. Faktor yang mempengaruhi Niat Beli

2.3.1. Kesadaran Halal

Kesadaran Halal mengarah pada wawasan dan informasi tentang hal-hal tertentu (Aziz & Chok,2013). Menurut Aziz dan Vui (2013) kesadaran merupakan keahlian yang dirasakan secara sadar yang dialami seseorang terhadap kejadian atau objek.

Kesadaran adalah kapasitas untuk bisa menguasai, menikmati, yang mengakibatkan sadar akan suatu peristiwa dan objek. Kesadaran adalah variabel dalam memutuskan minat untuk membeli Golnaz (2012). Menurut Ahmad, Abaidah, dan Yahya (2013) kesadaran halal mengacu pada paham atau tidaknya seseorang muslim tentang pengetahuan

kehalalannya makanan yang dikonsumsi dari awal proses sampai proses akhir yang siap untuk dikonsumsi.

Indikator kesadaran halal dalam menurut Karlina Gerungan dan Putri Karina (2019)

- a.) memahami halal
- b.) penting
- c.) memilih
- d.) kewajiban
- e.) mengetahui

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah suatu pandangan atau wawasan seorang muslim terhadap makanan halal dan beranggapan bahwa mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang sangat penting karena mengandung banyak manfaat, maka dari itu umat muslim harus bisa lebih selektif dalam memilih makanan yang dikonsumsi.

2.3.2. Teori Perilaku Terencana (*Theory Of Planned Behavioral*)

Awalnya teori ini dinamai Theory of Reasoned Action (TRA) yang diteliti oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975, kemudian direvisi dan dikembangkan sampai pada tahun 1980 teori tersebut digunakan untuk mempelajari perilaku manusia dan juga mengembangkan intervensi yang lebih mengena. Tetapi Theory of Reasoned Action (TRA) memiliki keterbatasan dan tidak mampu dalam mengontrol individu. Pada tahun 1988 munculah Theory of Planned Behavioral (TPB) a

tauteori perilakuterencana, teori inikelanjutandariteori TRA yang sudah disempurnakan. Teori Perilaku Terencana merupakan niat individu untuk melakukan sesuatu yang diberikan oleh tingkah laku.

Dalam teori perilakuterencana (Theory of Planned Behavioral), niat merupakan faktor utama dalam suatu perilaku individu yang bertugas menangkap faktor motivasi untuk mempengaruhi perilaku (Ajzen, 1991). Semakin kuat niat seseorang terlibat dalam perilaku, semakin besar jugamenujukesuksesan.

Teori perilakuterencana

(Theory of Planned Behavioral) mempunyai tiga faktor atau variabel independen, yang pertama sikap (attitude) terhadap perilaku seseorang melakukan evaluasi atau penilaian terhadap sesuatu yang menguntungkan atau tidak menguntungkan. Yang kedua yaitu norma subjektif (subjektivenorm) mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Yang ketiga pengendalian perilaku (Perceived Behavioral Control) mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku, dan mencerminkan pengalaman masalah sebagai antisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen, 1991)

Menurut Miniard & Cohen (1981) ada tiga jenis kepercayaan (*belief*) yaitu *behavioral belief*, *normative belief*, dan *control belief*, dimana hal tersebut memiliki keterkaitan dengan sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjectivenorm*), dan persepsi kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) yang membedakan teori perilakuterencana. Dengan adanya perbedaan ini, terutama perbedaan antara *attitude* dan *normative beliefs* (dan antara *attitude* dan *subjectivenorm*).

Secara teoritis, evaluasi pribadi dari perilaku (*attitude*), perilaku sosial yang diharapkan (*norma subyektif*), dan *self-efficacy* dengan perilaku (*perceived behavioral control*) merupakan konsep yang sangat berbeda dan mempunyai posisi yang penting dalam penelitian sosial dan perilaku. Selain itu, sebagian besar penelitian tentang *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan pada *Theory of Planned Behavior (TPB)* telah jelas menetapkan utilitas dari perbedaan dengan menunjukkan bahwa konstruksi yang berbeda adalah hubungan antara niat dan *behavior* (Ajzen, 1991).

2.3.2.1. Sikap

Sikap merupakan perilaku atau gerak yang jelas dan dapat dilihat dalam interaksi dengan lingkungan sosial. Menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku yang dipertanyakan, itu menunjukkan kinerja perilaku individu ini adalah positif atau negatif (Ajzen, 2005). Sikap dibentuk oleh kepercayaan, kepercayaan individu terhadap akibat dari memperlihatkan suatu perilaku (*behavioral beliefs*), (Zakarija, 2010). Sikap memiliki efek langsung pada *behavioral intentions* serta terkait dengan *norma subyektif* dan *perceived behavioral control* menurut Ajzen (2005: 125).

Manfaat Sikap Menurut Katz (1960) (Dharmmesta, 1998) mengemukakan bahwa fungsi sikap adalah sebagai berikut:

- 1) Fungsi pengetahuan Sikap dapat bertindak sebagai standar untuk membantu memahami dunianya. Untuk memberikan arti kepada dunia yang belum dikenalnya, seseorang akan terbantu dengan adanya sikap.

- 2) Fungsi instrumental atau fungsi simanfaat Fungsi ini menunjukkan konsep bahwa orang mengungkapkan perasaan untuk memperoleh sesuatu tertentu dan menghindari sesuatu yang lain. Sikap dapat memandu konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
- 3) Fungsi pertahanan diri Fungsi pertahanan diri ini diturunkan dari pendekatan psikoanalitik (pendekatan mengenai perilaku manusia). Sikap berfungsi sebagai mekanisme pembelaan atau pertahanan.
- 4) Fungsi penggambaran diri Fungsi penggambaran diri juga berakar dari pendekatan psikoanalitik. Sikap juga merupakan konsep untuk mengekspresikan konsep diri dan sistem nilai.

Sikap memiliki tiga indikator menurut (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 20

11), yaitu:

- 1) Gagasan
- 2) Gagasan yang baik
- 3) Sikap yang baik

2.3.2.2. Norma Subyektif

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

Norma subyektif merupakan persepsi konsumen individu untuk memotivasi diri yang disebabkan oleh tekanan sosial. Saat melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang ditentukan oleh referent (keluarga, teman, kolega, kerabat, atau kelompok lainnya) Ajzen, (1991, 2005). Menurut Tandan Thomson (2000) Norma Subjektif merupakan variabel yang bisa mendorong perilaku seseorang di dalam pengaruh sosialnya.

Jadi seseorang akan ikut melakukan sesuatu yang orang lain lakukan karena telah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Contohnya jika dalam keluarga, ibunya membeli makanan halal karena ibunya percaya makan makanan halal itu baik dan banyak manfaatnya maka konsumen akan lebih berniat untuk membeli produk halal juga.

indikator norma subyektif menurut (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 2011) sebagai berikut:

- 1) Orang berpengaruh

2) Teman Dekat

3) Orang penting

2.3.2.3. Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Behavioral Control)

Setiap individu memiliki kontrol terhadap dirinya yang dapat mendorongnya untuk berniat melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku yang individu rasakan berbeda-

beda karena pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh individu berbeda-beda. TPB juga menyediakan kerangka sosial-

psikologis untuk memahami dan memprediksi faktor penentu perilaku manusia dan mengintegrasikan beberapa konsep dasar dalam ilmu sosial dan perilaku (Armitage & Conner, 2000).

Persepsi kontrol perilaku (Perceived Behavioral Control) merupakan sulit dan mudah dalam melakukan perilaku Ajzen (1991). Menurut (Ajzen, 2005) *perceived behavioral control* merupakan fungsi yang berlandaskan oleh *beliefs* yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu *belief* individu yang melibatkan ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghalangi individu dalam menghadapi sebuah perilaku, *control belief* juga didasarkan pada pengalaman masalah tentang suatu perilaku. Selain faktor *belief* ada juga faktor (*perceived power control*) merupakan kekuatan perasaan individu dalam menghubungkan dan menghambat.

Indikator Persepsi kontrol perilaku menurut (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 2011) yaitu sebagai berikut:

1) kemampuan

- 2) Pengendalian
- 3) Sumber daya, waktu, kemauan
- 4) Peluang

Menurut Ernawati, et al., (2011) menyatakan bahwa keyakinan kontrol (*control beliefs*) yang kemudian memicu kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah keyakinan tentang adanya hal-

hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsi tentang seberapa jauh hal-

hal yang mendukung dan menghambat perilaku tersebut.

Kontrol perilaku merupakan bagaimana individu menciptakan dan melaksanakan atau tidak melaksanakan sesuatu dari perilaku di bawah kendalinya. Orang tidak mungkin bisa menciptakan niat yang kuat untuk melakukan perilaku jika mereka percaya bahwa mereka tidak memiliki peluang untuk melakukannya bahkan jika mereka memegang sikap positif terhadap perilaku (sikap terhadap perilaku) dan percaya bahwa orang lain yang dianggap penting akan menyetujui perilaku tersebut (norma subjektif).

2.4. Hubungan Antar Variabel

2.4.1. Pengaruh Kesadaran halal terhadap Niat beli

Kesadaran berarti pengetahuan atau pemahaman tentang subjek atau situasi tertentu (Randolph, 2003). Kesadaran halal ditandai dengan adanya pengetahuan dari seorang muslim mengenai apa halal itu sendiri.

Saat masyarakat mulai sadar bahwa mengonsumsi makanan halal itu penting ba

gdirinyamakalahiniakanberdampakpositifterhadapminatmembeliprodukhalal.HalinijugayangmempengaruhiminatmembeliMuslimterhadapuntukmengekonsupsiroduksesuaidenganaturanIslam.

DaripenelitianyangdilakukanolehAbdallaM.Bashir,AbdullahBayat,Sa muelOladipoOlutuase&ZulAriffAbdulLatiff(2018)menunjukkanbahwaada hubunganyangsignifikanantarakesadarandanniatbelikarenakonsumensadar akanpentingnyaproduk makananhalal.Inimungkinkarenapengetahuanyangm emadaidanpengetahuantentanghalaldanmanfaatdarimengkonsupsiroduk makananhalal.MenurutpenelitiansebelumnyayangditelitiolehIrgianaFatur o hman(2019)menyatakanbahwakesadaranberpengaruhpositifdansignifikante rhadapniatbeli.Pemerintahdapatmembuatacarahalaluntukmeningkatkan ting katkesadarandarikonsumenIndonesia,halinibisamenjadicarauntukmenarik k onsumenmuslimdannon- muslim.Selanjutnya,acarainijugadapatmembantuprodusenmakananmember ikaninformasitentangproduknyangmerekatawarkan.Selainitu,perusahaanjug aharusmembuatinformasimenarikyangtermasukdalamprodukmerekatentan gkelayakanprodukuntukdapatdikonsumsi.

H1:KesadaranHalalberpengaruhpositifdansignifikanterhadapdenganni atbeli

2.4.2. Pengaruh Sikap terhadap niat beli

Ajzen(1991)mendefinisikansikapterhadapperilaku sebagai"sejauhmana seseorangmemilikievaluasiyangmenguntungkanatautidakmenguntungkan danriperilakuyangdipermasalahan",itumenunjukkankinerjaniatperilakuindiv

idudihargaipositifataunegatif.Menurutpenelitiansebelumnyasikapmemiliki pengaruhsignifikandanpositifterhadapniatbelipenelitianinidilakukanolehM aghfiroh(2015).

Berdasarkanhasil diatas dapat disimpulkan bahwa semakin baik sikap yang ditunjukkan oleh responden maka niat untuk membeli makanan halal semakin meningkat. Dan penelitian yang dilakukan oleh Anggit Listyoningrum (2012) pada penelitian ini sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada makanan halal.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap, maka minat beli konsumen terhadap makanan halal akan semakin meningkat.

H2: Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli



2.4.3. Pengaruh Norma Subjektif terhadap niat beli

Norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk menuruti atau tidak menuruti perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Bonne et al (2007) juga menyatakan norma subjektif adalah tekanan sosial yang memotivasi seseorang untuk mematuhi pandangan orang lain yang dianggap penting agar melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Menurut penelitian oleh Luthfi Sagusta Putradan Ridwan Nurdin (2017) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan dengan niat beli. Penelitian yang dilakukan oleh Yuli Setiawan, Retno Setyorini (2015) juga menyebutkan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan dengan niat beli.

H3: Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap niat beli

2.4.4. Pengaruh kontrol perilaku terhadap niat beli

Pengaruh persepsi kontrol perilaku mengacu pada "persepsi orang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang menarik" (Ajzen, 1991). Persepsi kontrol perilaku merupakan suatu sikap seseorang yang mempengaruhi secara langsung dan tidak langsung untuk mengambil sebuah tindakan. Persepsi kontrol perilaku memiliki dampak yang kuat terhadap niat konsumen dan konsumennya yang memiliki sikap positif lebih tinggi akan memiliki niat yang lebih besar untuk membeli makanan halal (Alam dan Sayuti, 2011).

Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsi yang seberapa jauh hal-

hal yang mendukung dan menghambat perilaku tersebut. Menurut penelitian

yang dilakukan oleh Riyanto Efendi, Sukidjo, Khairul Bahrun (2020) menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Semakin tinggi persepsi kontrol perilaku maka akan semakin tinggi pula niat membeli produk makanan berlabel halal pada mahasiswa muslim. Sebaliknya, semakin rendah persepsi kontrol perilaku mahasiswa muslim maka semakin rendah pula niat membeli produk makanan berlabel halal. Menurut peneliti Andrian Haro (2016) juga menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli

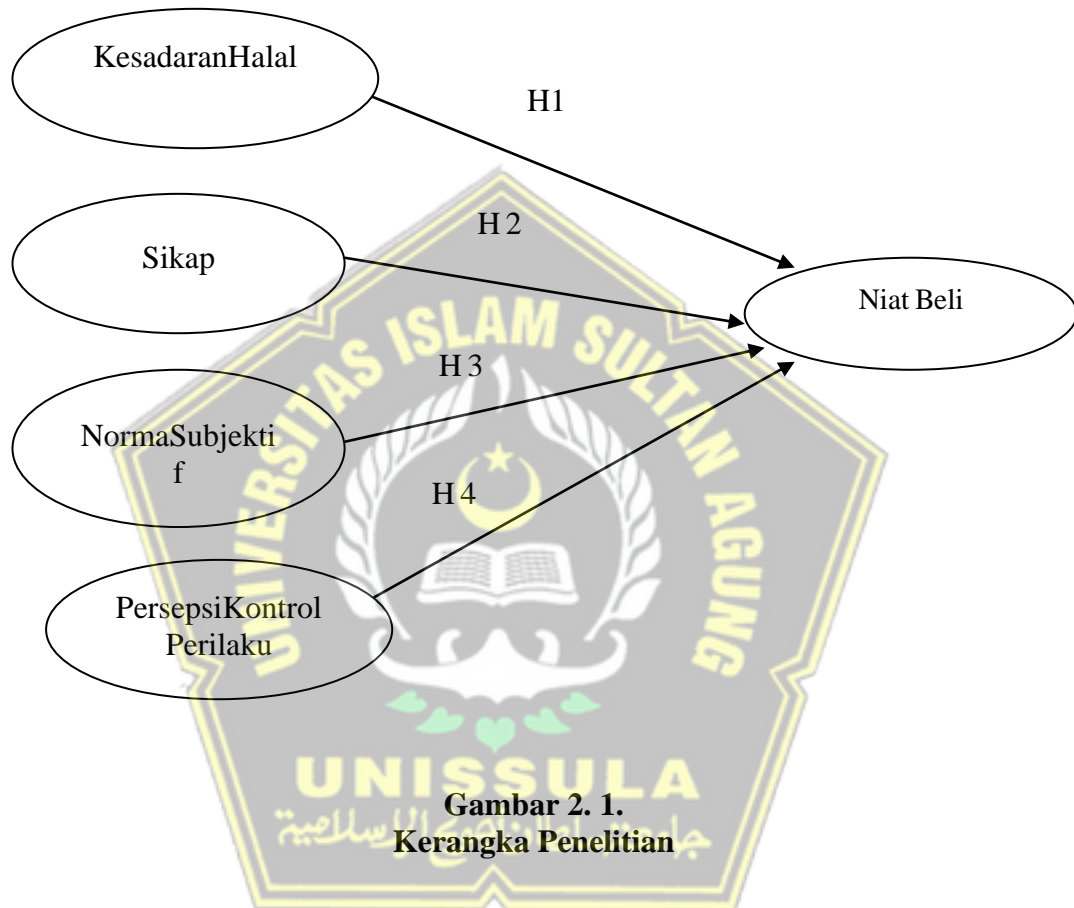
H4: Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan dengan niat beli



2.5. Model Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang diajukan dalam penelitian ini, maka kerangka pemikirannya dari penelitian ini seperti disajikan dalam model gambar berikut:

Gambar 2.5.1



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis pendekatan analisis deskriptik kuantitatif dengan menggunakan penelitian Explanatory (Explanatory Research) menurut Asep Hermawan (2009) merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Niat beli sebagai variabel terikat dan Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku sebagai variabel independen.

3.2. Populasi dan Sampel

populasi merupakan wilayah generalisasi dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Populasi merupakan gabungan subjek yang terdiri dari sekelompok orang dan kejadian atau sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriyanto, 2012).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Pekalongan.

Sampel merupakan komponen atau jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Sampel adalah subyek dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Apabila populasi banyak dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka penelitian akan mengambil sampel dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka kesimpulannya akan berlaku untuk populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (Sugiyono, 2015). Dalam pemilihan sampel terdapat teknik sampling sebagai contoh sampel manayang akan diuji.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Purposive sampling yaitu dengan cara memilih sampel yang sesuai dengan cara memilih sampel yang sesuai dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Belum pernah membeli produk karena akan penasar dan sehingga timbul niat untuk membeli
2. Generasi milenial yang berusia 20-40 karena di usia tersebut pemikirannya terbuka, wawasan luas mengetahui manayang baik dan manayang tidak untuk dikonsumsi sertadiusia tersebut. Jika adaniatan untuk membeli jugasudah mampu secara finansial rata-rata usia tersebut sudah mempunyai penghasilan.
3. Di Pekalongan diperlukan suatu standar untuk sampel yang didapat supaya mewakili populasinya, untuk menentukan jumlah sampel, dengan menggunakan rumus Slovic yang sederhana dan mudah dihitung. Rumusnyasebagai berikut
$$n = 100 / (1 + (e)^2)$$

Keterangan:

n =Jumlah Sampel

N =Jumlah Total Sampel

e =Batas Toleransi Error

Dari rumus tersebut saya mendapatkan sampel pada penelitian ini adalah 100 responden

3.3. Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2015) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti, atau informasi yang didapat langsung dari tangan pertama oleh peneliti. Sumber data primer diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Pekalongan yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan dan bersedia menjadi responden serta mengisi kuesioner.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui jasa kurir atau internet (Sugiyono, 2010:199).

3.5. Variabel dan Indikator

Variabel dalam penelitian ini ada 5 antara lain Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif Persepsi Kontrol Perilaku dan Niat Beli. Dengan masing-masing variabel indikator yang dijelaskan pada tabel

Tabel 3. 1.
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Data
1	Kesadaran halal adalah suatu pemahaman dan pengetahuan dalam memilih produk makanan halal itu penting dan wajib(yunus ,2013)	1. memahami halal 2.penting 3.memilih 4.kewajiban 5. mengetahui (Karlina Gerungan dan Putri Karina, 2019)	Interval
2	Sikap merupakan penilaian gagasan yang baik yang menyukai atau tidak menyukai dari perilaku untuk pembelian suatu produk. (Blackwell dkk, 2006)	1. Gagasan 2. gagasan yang baik 3. sikap yang baik (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 2011)	Interval
3	Norma Subjektif merupakan perilaku teman dekat, orang berpengaruh dan orang penting yang mempengaruhi individu dalam bertindak (Tan dan Thomson (2000))	1. orang berpengaruh 2. teman dekat 3. orang penting (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 2011)	Interval
4	Persepsi kontrol perilaku merupakan kemampuan kemauan kesempatan yang berkaitan dengan sumber daya dan peluang seseorang untuk melakukan tindakan. Taylor dan Todd (1995)	1. kemampuan 2. pengendalian 3. sumber daya, waktu, kemauan 4. peluang (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 2011)	Internaval

5	Niat Beli adalah rencana individu jangka pendek pada masa depan untuk mempertimbangkan seta berahli pemebelian makanan halal pada masa yang akan datang dikarenakan memiliki manfaat . Fandos dan Flavian (2006)	1. pertimbangan pembelian 2. pembelian secara rutin 3. bermanfaat 4. pertimbangan untuk berahli 5. belanja lebih banyak (Shah Alam dan Mohamed Sayuti, 2011)	Interval
---	--	--	----------

3.6. Teknik Analisis

Teknik analisis dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan informasi yang relevan atau akurat yang tercantum dalam data tersebut dan hasilnya digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Program yang digunakan untuk penganalisaan data dengan menggunakan program software SPSS.

3.6.1. Uji Validitas

Uji validasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur validitas data atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2013). Apabila pertanyaan pada kuesioner dapat sesuai dengan yang akan diukur oleh kuesioner maka dinyatakan valid. Uji validasi menggunakan SPSS. Untuk menghitungnya dengan rumus $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid, tetapi jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengumpulkan kuesioner berupa indikator dari variabel. kuesioner yang reliabel apabila jawaban seseorang

gterhadappernyataankonsistenataustabil(Ghozali,2013:47).Kriteriape nilaianjungireliabilitasadalahapabilahasilkoefisien α lebihbesardarit arafsignifikansi60% atau0,6makakuesionertersebutreliabel,jikahasilk oefisien α lebihkecildaritarafsignifikansi60% atau0,6makakuesion ertersebuttidakreliabelatautidakbisaditerima(Ghozali,2006:192).

Tabel 3. 2.
Interpretasi Alpha

Nilai	Interprestasi
<0,6	Tidakbisaditerimaatautidakreliabel
0,60-0,65	Tidakdiinginkan
0,65-0,70	Minimalditerima
0,70-0,80	Cukupbaik
0,80-0,90	Sangatbaik
>0,90	Pertimbanganuntukmemperpendekskala

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Dilakukan untuk menguji data yang digunakan dalam penelitian sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian ini menggunakan empat uji yaitu :

3.6.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Asumsi ini ditunjukkan apabila nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi dikatakan baik jika model regresi memiliki distribusi normal atau mendekati normal layak untuk dilakukan pengujian secara statistik uji normalitas data dengan menggunakan tes normality Kolmogorov-Smirnov. Dasar dari pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymptotic Significance) yaitu jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal. Tetapi jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal, Singgih Santosa (2012:393)

3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji atau meneliti apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independent) Ghozali (2013:103) Multikolinearitas dapat dilihat dari :

- 1) Rendahnya nilai tolerance

2) Variance Inflation Factor (VIF) Kedua ukuran ini dapat dijadikan patokan untuk setiap variabel independen manakah yang perlu dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Setiap variable independen menjadi variabel dependen dan diregras terhadap variabel independen lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan VIF tinggi ($VIF = 1/tolerance$) dan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai nilai tolerance 10% atau sama dengan nilai $VIF > 10$ artinya nilai tolerance tidak lebih kurang dari 10%, dan nilai VIF tidak lebih dari 10

3.6.3.3. Uji Heteroskedestisitas

Bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidakcocokan arian dari residual oleh observasi ke observasi lain. Jika varian berbeda disebut heteroskedestisitas dalam suatu model regresi linier berganda yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau bisa disebut juga nilai prediksi variabel yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Jika tidak ada gambar atau pola tertentu dan polanya tidak menyebarkan di atas dan dibawah angka nol di sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedestisitas. Menurut Ghozali (2013:134) model yang baik adalah yang ujinya tidak terjadi heteroskedestisitas.

3.6.4. Uji Hipotesis

3.6.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh Kesadaran, Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat beli makanan halal di Rocket Chicken Kesesi Pekalongan. Model dirumuskan penelitian sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Niat Beli

a = Inntersep (titik potong dengan sumbu) Y

b₁...b₄ = Koefisien Regresi (konstanta) X₁, X₂, X₃, X₄

X₁ = Kesadaran Halal

X₂ = Sikap

X₃ = Norma Subjektif

X₄ = Persepsi Kontrol perilaku

e = Error Term

3.6.4.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependent. Keputusan berdasarkan membandingkan t tabel dan t hitung dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Apabila hitung > t tabel maka variabel independet berpengaruh secara

signifikan terhadap variabel dependent (Ho ditolak dan Ha diterima). Sebaiknya jika t hitung < dari t tabel maka variabel dependen (Ho diterima dan Ha ditolak). Dan apabila signifikansinya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis dinyatakan diterima (Ha diterima H0 ditolak).

3.6.4.3. Uji Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur berapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Mencari koefisien determinasi sederhana (r^2) atau variabel X_1 dengan Y , X_2 dengan Y , X_3 dengan Y , dan X_4 dengan Y . Dalam SPSS Koefisien determinasi terletak di tabel model summary dan tertulis R square yang telah disesuaikan atau tertulis adjust R square karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen (ghozali 2013).

3.6.4.4. Uji F

Menurut Unaradjan (2013:207) Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

Fhitung = Nilai F hitung

R² = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah sampel Sampel

Uji hipotesis dilakukan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). dengan cara melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

H₀ : β_i = 0 ; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

H₁ : β_i ≠ 0 ; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel pada taraf α= 0,05 dengan ketentuan:

Fhitung < Ftabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Kesadaran, Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi kontrol

perilaku secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli keputusan membeli. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Sikap, Kesadran, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Pekalongan yang menjadi responden berjumlah 100 orang. Adapun gambaran tentang responden, meliputi: jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

4.1. Gambaran Responden

Karakteristik dari responden dalam penelitian ini, terdiri dari 3 (tiga) indikator, yaitu: jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

4.1.1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin dari responden dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1.
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	38	38
2	Perempuan	62	62
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui karakteristik dari responden menurut jenis kelamin, menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang ada berjenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang (62%) serta sebagian kecil responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang (38%).

4.1.2. Usia

Usiadarirespondendalampenelitianini,dapatdilihatpadatabel4.2berikut:

Tabel 4. 2.
Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	20s/d25tahun	17	17
2	26s/d30tahun	19	19
3	31s/d35tahun	29	29
4	>35tahun	35	35
Jumlah		100	100

Sumber:dataprimeryangdiolah

Daritabel4.2diatasdapatdiketahui karakteristik dari responden menurut usia, menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang ada berusia >35 tahun sebanyak 35 orang (35%) serta sebagian kecil responden berusia 20s/d25 tahun sebanyak 17 orang (17%).

4.1.3. Pekerjaan

Pekerjaan dari responden dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4. 3.
Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	PNS	32	32
2	Pegawai Swasta	28	28
3	Pedagang	15	15
4	Wiraswasta	25	25
Jumlah		100	100

Sumber:dataprimeryangdiolah

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui karakteristik dari responden menurut pekerjaan, menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang ada bekerja sebagai PNS sebanyak 32 orang (32%) serta sebagian kecil responden bekerja sebagai pedagang sebanyak 15 orang (15%).

4.2. Jawaban Responden

Hasil dari jawaban responden pada pertanyaan pada masing-masing variabel penelitian kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan niat beli, dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

4.2.1. Variabel Kesadaran Halal

Hasil jawaban dari responden pada pertanyaan pada variabel kesadaran halal, dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4. 4.
Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Kesadaran Halal

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memahami apa itu halal	32	37	9	21	1
2	Saya merasa wasan halal itu penting	47	26	11	16	-
3	Saya selalu memilih produk makanan halal yang berlogo halal	62	33	5	-	-
4	Saya membeli makanan halal karena itu kewajiban	69	21	10	-	-
5	Saya mengetahui makanan haram yang tidak boleh dimakan umat Islam	65	20	12	3	-

Sumber: data primer yang diolah

Dari tabel 4.4 di atas, maka dapat diketahui jawaban dari masing-masing responden atas pertanyaan pada variabel kesadaran halal, sebagai berikut:

- a. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya memahami apa itu halal menunjukkan sebagian besar responden menjawab Setuju ada 37 orang (37 %).
- b. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya merasa wawasan halal itu penting menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 47 orang (47 %).
- c. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya selalu memilih produk makanan halal yang berlogo halal menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 62 orang (62 %).
- d. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya membeli makanan halal karena kewajiban menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 69 orang (69 %).
- e. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya mengetahui makanan haram yang tidak boleh dimakan umat islam menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 65 orang (65 %).

4.2.2. Variabel Sikap

Hasil jawaban dari responden pada pertanyaan pada variabel sikap, dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4. 5.
Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Sikap

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menyukai gagasan membeli produk makanan halal roket chicken	31	38	9	21	1
2	Menurut saya membeli makanan halal roket chicken merupakan gagasan yang baik	46	27	11	16	-
3	Saya mempunyai sikap yang baik terhadap pembelian produk makanan halal roket chicken	64	31	5	-	-

Sumber: data primery yang diolah

Dari tabel 4.5 diatas, maka dapat diketahui jawaban dari masing-masing responden atas pertanyaan pada variabel sikap, sebagai berikut :

- a. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya menyukai gagasan membeli produk makanan halal roket chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Setuju ada 38 orang (38 %).
- b. Hasil jawaban responden pada pertanyaan menurut saya membeli makanan halal roket chicken merupakan gagasan yang baik menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 46 orang (46 %).
- c. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya mempunyai sikap yang baik terhadap pembelian produk makanan halal roket

chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 64 orang (64 %).

4.2.3. Variabel Norma Subjektif

Hasil jawaban dari responden pada pertanyaan pada variabel norma subjektif, dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4. 6.
Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Norma Subjektif

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Orang yang mempengaruhi perilaku saya akan berpendapat bahwa saya seharusnya membeli produk roket chicken karena halal	69	21	10	-	-
2	Teman dekat saya berpendapat bahwa saya seharusnya beli produk roket chicken karena ada sertifikat halalnya	65	19	12	4	-
3	Banyak orang menurut saya penting berpendapat bahwa saya seharusnya beli produk makanan halal roket chicken	61	29	10	-	-

Sumber: data primer yang diolah

Dari tabel 4.6 diatas, maka dapat diketahui jawaban dari masing-masing responden atas pertanyaan pada variabel norma subjektif, sebagai berikut :

- a. Hasil jawaban responden pada pertanyaan orang yang mempengaruhi perilaku saya akan berpendapat bahwa saya seharusnya membeli produk roket chicken karena halal menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 69 orang (69 %).

- b. Hasil jawaban responden pada pertanyaan teman dekat saya berpendapat bahwa saya seharusnya beli produk roket chicken karena ada sertifikat halalnya menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 65 orang (65 %).
- c. Hasil jawaban responden pada pertanyaan banyak orang menurut saya penting berpendapat bahwa saya seharusnya beli produk makanan halal roket chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 61 orang (61 %).

4.2.4. Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

Hasil jawaban dari responden pada pertanyaan pada variabel persepsi kontrol perilaku, dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4. 7.
Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan
Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin bahwa saya akan mampu membeli produk makanan halal roket chicken	71	20	4	5	-
2	Pembelian produk makanan halal roket chicken sepenuhnya dalam kendali saya	67	26	7	-	-
3	Saya mempunyai sumber daya, waktu dan kemauan untuk beli produk makanan halal roket chicken sehingga saya akan membeli dan memakannya	58	32	9	1	-
4	Terdapat kemungkinan banyaknya peluang bagi saya untuk membeli produk makanan halal Raket Chicken	70	19	10	1	-

Sumber: data primeryang diolah

Dari tabel 4.7 diatas, maka dapat diketahui jawaban dari masing-masing responden atas pertanyaan pada variabel persepsi kontrol perilaku, sebagai berikut :

- a. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya yakin bahwa saya akan mampu membeli produk makanan halal roket chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 71 orang (71 %).
- b. Hasil jawaban responden pada pertanyaan pembelian produk makanan halal roket chicken sepenuhnya dalam kendali saya menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 67 orang (67 %).
- c. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya mempunyai sumber daya, waktu dan kemauan untuk beli produk makanan halal roket chicken sehingga saya akan membeli dan memakannya menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 58 orang (58 %).
- d. Hasil jawaban responden pada pertanyaan terdapat kemungkinan banyaknya peluang bagi saya untuk membeli produk makanan halal Raket Chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 70 orang (70 %).

4.2.5. NiatBeli

Hasil jawaban dari responden pada pertanyaan pada variabel kesadaran halal, dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4. 8.
Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan Variabel Niat Beli

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya pertimbangkan pembelian produk makanan halal rocket chicken	79	16	4	1	-
2	Saya akan beli produk makanan halal rocket chicken secara rutin diwaktu-waktu mendatang	69	23	6	2	-
3	Menurut saya akan bermanfaat bagi saya untuk membeli produk makanan halal Rocket chicken	70	21	9	-	-
4	Saya akan pertimbangkan untuk beralih dari produk makanan halal rocket chicken	79	15	5	1	-
5	Saya berencana untuk belanja atau konsumsi lebih pada produk makanan halal roket chicken	72	20	8	-	-

Sumber: data primery yang diolah

Dari tabel 4.8 diatas, maka dapat diketahui jawaban dari masing-masing responden atas pertanyaan pada variabel niat beli, sebagai berikut:

- a. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya pertimbangkan pembelian produk makanan halal rocket chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 79 orang (79 %).
- b. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya akan beli produk makanan halal rocket chicken secara rutin diwaktu-waktu mendatang itu penting menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 69 orang (69 %).

- c. Hasil jawaban responden pada pertanyaan menurut saya akan bermanfaat bagi saya untuk membeli produk makanan halal Rocket chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 70 orang (70 %).
- d. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya akan pertimbangkan untuk beralih dari produk makanan halal rocket chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 79 orang (79 %).
- e. Hasil jawaban responden pada pertanyaan saya berencana untuk belanja atau konsumsi lebih pada produk makanan halal roket chicken menunjukkan sebagian besar responden menjawab Sangat Setuju ada 72 orang (72 %).

4.3. Uji Validitas

Uji validasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner Ghozali (2013). Apabila pertanyaan pada kuesioner dapat sesuai dengan yang akan diukur oleh kuesioner maka dinyatakan valid. Pengujian validitas menggunakan *korelasi bivariate* dilakukan dengan alat bantu *software SPSS verssi 23.00 for windows*.

Hasil pengujian validitas pada pertanyaan masing-masing variabel penelitian kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku serta niat beli dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut : (perhitungan dalam lampiran)

Tabel 4. 9.
UjiValiditas

Variabel	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
KesadaranHalal (X₁)	1	0,774	0,197	Valid
	2	0,761	0,197	Valid
	3	0,580	0,197	Valid
	4	0,544	0,197	Valid
	5	0,639	0,197	Valid
Sikap (X₂)	1	0,919	0,197	Valid
	2	0,920	0,197	Valid
	3	0,431	0,197	Valid
NormaSubjektif (X₃)	1	0,849	0,197	Valid
	2	0,914	0,197	Valid
	3	0,891	0,197	Valid
PersepsiKontrol Perilaku (X₄)	1	0,732	0,197	Valid
	2	0,830	0,197	Valid
	3	0,778	0,197	Valid
	4	0,758	0,197	Valid
NiatBeli (Y)	1	0,882	0,197	Valid
	2	0,908	0,197	Valid
	3	0,822	0,197	Valid
	4	0,889	0,197	Valid
	5	0,932	0,197	Valid

Sumber: dataprimer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui hasil uji validitas pada pertanyaan masing-masing variabel penelitian kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku serta niat beli menunjukkan nilainya r hitung pada masing-masing indikator pertanyaan $> 0,197$. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator pertanyaan dari masing-masing variabel kesadaran

halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku serta niat beli adalah valid untuk dijadikan instrumen penelitian.

4.4. UjiReliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengumpulkan kuesioner berupa indikator dari variabel. kuesioner yang reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil (Ghozali, 2013:47). Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien reliabilitas *alpha cronbach* dilakukan dengan alat bantu *software SPSS verssi 23.00 for windows*.

Hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel penelitian kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku serta niat beli, dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut : (perhitungan dalam lampiran)

Tabel 4. 10.
UjiReliabilitas

Variabel	AlphaCronbach	StandardAlpha	Keterangan
KesadaranHalal(X ₁)	0,678	0,60	Reliabel
Sikap(X ₂)	0,699	0,60	Reliabel
NormaSubjektif(X ₃)	0,855	0,60	Reliabel
PersepsiKontrolPerilaku(X ₄)	0,793	0,60	Reliabel
NiatBeli(Y)	0,931	0,60	Reliabel

Sumber:dataprimeryangdiolah

Berdasarkan tabel 4.10, maka dapat diketahui hasil uji reliabilitas dari masing-masing pertanyaan pada variabel kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku serta niat beli. Hasil dari pengujian yang dilakukan diperoleh koefisien alpha cronbach > standar *alpha* (0,60). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dari masing-masing variabel

kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku serta niat beli adalah reliabel untuk dijadikan instrumen penelitian.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. (Singgih Santosa, 2012:393)

Hasil perhitungan dari uji normalitas menggunakan kolmogorov_smirnov test dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4. 11.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72904140
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.106
	Negative	-.115
Test Statistic		1.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,141. Hasil tersebut dapat disimpulkan karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* $0,141 > 0,05$, maka dapat disimpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji atau meneliti apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independent) Ghazali (2013:103)

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi yang digunakan tidak terjadi problem multikolinearitas, dilakukan dengan kriteria nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10.

Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4. 12.
Hasil Uji Multikolinieraitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KesadaranHalal	.019	52.963
	Sikap	.031	31.815
	NormalSubjektif	.080	12.545
	PersepsiKontrolPerilaku	.734	1.362

a. Dependent Variable: NiatBeli

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan nilai tolerance kesadaran halal (0,019), sikap (0,031), norma subjektif (0,080) dan persepsi control perilaku (0,734) serta nilai VIF kesadaran halal (52,963), sikap (31,815), norma subjektif (12,545) dan persepsi control perilaku (1,362). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata nilai *tolerance* masing-masing variabel < 0,1 dan nilai rata-rata VIF > 10, dengan demikian bahwa semua variabel dalam penelitian ini ditemukan gejala multikolinearitas.

Hasil dari pengujian tersebut karena ditemukan gejala multikolinearitas, maka dilakukan pengujian kembali menggunakan proses transformasi data dengan Ln pada SPSS.

Hasil dari pengujian yang dilakukan menggunakan transformasi data, dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut :

Tabel4.13

Coefficients^a

Model		CollinearityStatistics	
		Tolerance	VIF
1	Ln_X1	.417	2.397
	Ln_X2	.912	1.096
	Ln_X3	.714	1.400
	Ln_X4	.378	2.646

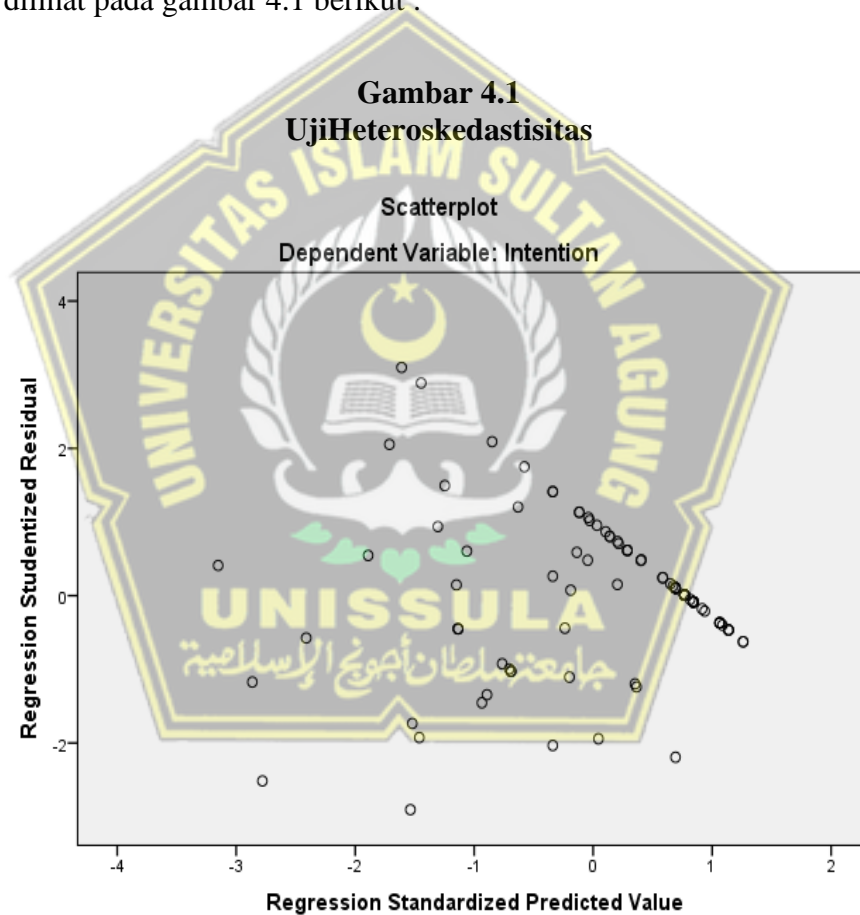
a. Dependent Variable: Ln_Y

Berdasarkan tabel 4.13, menunjukkan nilai tolerance kesadaran halal (0,417), sikap (0,912), norma subjektif (0,714) dan persepsi control perilaku (0,378) serta nilai VIF kesadaran halal (2,397), sikap (1,096), norma subjektif (1,400) dan persepsi control perilaku (2,646). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel > 0,1 dan nilai VIF < 10, dengan demikian bahwa semua variabel dalam penelitian ini tidak ditemukan gejala multikolinearitas.

4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidakcocokan varian dari residual oleh observasi ke observasi lain. Jika varian berbeda disebut heteroskedestisitas dalam suatu model regresi linier berganda yaitu dengan melihat grafik scatterplot. (Ghozali, 2013:134)

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut :



Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa noktah-noktah terpecah dengan tidak membentuk pola, sehingga dinyatakan bahwa pada model regresi dalam penelitian ini cenderung homoskedastisitas daripada heteroskedastisitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak

terdapat heteroskedastisitas dalam data yang digunakan dalam penelitian ini.


4.6. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mencari pengaruh dari variabel kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli.

Adapun rumus yang digunakan adalah (Imam Ghazali, 2013 : 85)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:



Y	=NiatBeli
a	=Intersep(titikpotongdengansumbu)Y
b ₁ ...b ₄	=KoefisienRegresi(konstanta)X ₁ ,X ₂ ,X ₃ ,X ₄
X ₁	=KesadaranHalal
X ₂	=Sikap
X ₃	=NormaSubjektif
X ₄	=PersepsiKontrolperilaku
e	=ErrorTerm

Dari persamaan regresi diatas diperoleh hasil perhitungan regresi, sebagai berikut :

Tabel 4. 13.
NilaiKoefisienRegresi

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.271	1.682		3.729	.000
1 KeHI	-1.350	.436	-1.425	-3.095	.003
Sikap	1.187	.433	.979	2.743	.007
NormSb	1.079	.322	.751	3.351	.001
Kontrol	1.221	.126	.715	9.689	.000

a. Dependent Variable: Niat Beli

$$Y = 6,271 - 1,350 X_1 + 1,187 X_2 + 1,079 X_3 + 1,221 X_4$$

Persamaan regresi diatas dapat diinterpretasi, sebagai berikut :

$a = 6,271$, artinya jika kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dianggap tetap, maka rata-rata niat beli sebesar 6,271 satuan.

$b_1 = -1,350$, artinya jika kesadaran naik, maka niat beli juga akan turun sebesar 1,350 satuan.

$b_2 = 1,187$, artinya jika sikap meningkat, maka niat beli juga akan meningkat sebesar 1,187 satuan.

$b_3 = 1,079$, artinya jika norma subjektif meningkat, maka niat beli akan meningkat sebesar 1,079 satuan.

$b_4 = 1,221$, artinya jika persepsi kontrol perilaku meningkat, maka niat beli akan meningkat sebesar 1,221 satuan.

4.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mencari pengaruh dari kesadaran halal, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli.

4.7.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Ujit)

Tabel 4. 14.
Hasil Pengujian Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.271	1.682		3.729	.000
KeHI	-1.350	.436	-1.425	-3.095	.003
Sikap	1.187	.433	.979	2.743	.007
NormSb	1.079	.322	.751	3.351	.001
Kontrol	1.221	.126	.715	9.689	.000

a. Pengaruh variabel kesadaran halal (X_1) terhadap niat beli (Y)

Hasil uji t pengaruh variabel kesadaran halal (X_1) terhadap niat beli (Y) diperoleh nilai koefisien regresi -1,35 dan signifikansi 0,003. Hasil tersebut berarti kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap niat beli. Pengaruh tersebut signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,005 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Pengaruh variabel sikap (X_2) terhadap niat beli (Y)

Hasil uji t pengaruh variabel sikap (X_2) terhadap niat beli (Y) diperoleh nilai koefisien regresi 1,187 dan signifikansi 0,007. Hasil tersebut berarti kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap niat beli. Pengaruh tersebut signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,005 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Pengaruh variabel norma subjektif (X_3) terhadap niat beli (Y)

Hasil uji t pengaruh variabel norma subjektif (X_3) terhadap niat beli (Y) diperoleh nilai koefisien regresi 1,079 dan signifikansi 0,001.

Hasil tersebut berarti kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap niat beli. Pengaruh tersebut signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,005 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

d. Pengaruh variabel persepsi kontrol perilaku (X_4) terhadap niat beli (Y)

Hasil uji t pengaruh variabel persepsi kontrol perilaku (X_4) terhadap niat beli (Y) diperoleh nilai koefisien regresi regresi 1,221 dan signifikansi 0,000. Hasil tersebut berarti kesadaran halal berpengaruh negatif terhadap niat beli. Pengaruh tersebut signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,005 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

4.7.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur berapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Mencari koefisien determinasi sederhana (r^2) atau variabel X_1 dengan Y , X_2 dengan Y , X_3 dengan Y , dan X_4 dengan Y . Dalam SPSS Koefisien determinasi terletak di tabel model summary dan tertulis R square yang telah disesuaikan atau tertulis adjust R square karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen. (Imam Ghozali, 2013)

Hasil dari pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut :

Tabel 4. 15.
Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	RSquare	AdjustedRSquare	Std.Error of the Estimate
1	.787 ^a	.620	.604	1.76507

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Norma Subjektif, Kesadaran Halal

b. Dependent Variable: Niat Beli

Berdasarkan tabel 4.19, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,620 atau 62 %. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi variabel niat beli sebesar 62 %, sedangkan sisanya 38 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.7.3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap niat beli secara bersama-sama.

a. Hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap niat beli.

Ha : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap niat beli.

b. Level of signifikan 0,05

c. Menentukan nilai F hitung

Tabel 4. 16.
UjiF

ANOVA^a

Model		SumofSquares	df	MeanSquare	F	Sig.
1	Regression	482.621	4	120.655	38.728	.000 ^b
	Residual	295.969	95	3.115		
	Total	778.590	99			

a. Dependent Variable: NiatBeli

b. Predictors: (Constant), PersepsiKontrolPerilaku, Sikap, NormalSubjektif, KesadaranHalal

d. Kesimpulan

Berdasarkan tabel 4.17 maka dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut dapat disimpulkan karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap niat beli.

4.8. Pembahasan

4.8.1. KesadaranHalaldanNiatBeli

Kesadaran Halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat beli artinya semakin tinggi kesadaran halal semakin rendah minat beli. Temuan empiris ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Nikmatul rokhmah (2020) dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara kesadaran halal terhadap niat beli.

4.8.2. Sikap dan Niat Beli

Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, artinya semakin positif sikap seseorang terhadap produk makanan halal maka juga akan menunjukkan besarnya niat seseorang untuk membeli makanan halal tersebut. Temuan empiris ini sesuai dengan hasil Penelitian Anggit Listyoningrum (2012) dan Maghfiroh (2015) dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap niat beli.

4.8.3. Norma Subjektif dan Niat Beli

Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, artinya semakin tinggi Norma Subjektif maka akan semakin tinggi pula niat belinya. Pengaruh orang-orang dekat, orang tua, teman, keluarga yang menjadi tolak ukur norma subjektif dalam mempengaruhi niat membeli makanan halal. Temuan empiris ini sesuai dengan penelitian Ridwan Nurdin (2017) dan Yuli Setiawan, Retno Setyorini (2015) dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara norma subjektif terhadap niat beli.

4.8.4. Persepsi kontrol perilaku dan Niat Beli

Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat beli artinya semakin tinggi persepsi kontrol perilaku maka semakin tinggi juga niat belinya. Temuan empiris ini sesuai dengan penelitian Riyanto Efendi, Sukidjo, Khairul Bahrun (2020) dan Andrian Haro (2016) dengan hasil

penelitian bahwa terdapat pengaruh Positif dan signifikan antara persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari Hipotesis diperoleh hasil sebagai berikut :
 - a. Hasil pengujian variabel kesadaran halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat beli dengan signifikansinya 0,003 dan nilai regresinya -1,350 artinya Semakin tinggi kesadaran halal semakin rendah niat beli
 - b. Hasil pengujian variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli dengan nilai signifikansi 0,007 dan nilai regresinya 1,187. Artinya semakin tinggi sikap maka akan semakin meningkatkan Niat Beli
 - c. Hasil pengujian variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli dengan nilai signifikansinya 0,001 dan nilai regresinya 1,079. Artinya semakin tinggi Norma Subjektif maka Niat Beli meningkat.
 - d. Hasil pengujian variabel persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat beli dengan nilai signifikansinya 0,00 dan nilai regresinya 1,221. Artinya semakin besar persepsi kontrol perilaku maka Niat Beli meningkat.

2. Koefisien determinasi (R^2)

Hasil pengujian dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,620 atau 62 %. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi variabel niat beli sebesar 62 %, sedangkan sisanya 38 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Hasil Uji F

Hasil dari uji F menunjukkan bahwanilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut dapat disimpulkan karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap niat beli.

5.2. Saran-saran

1. Berkaitan Dengan variabel kesadaran halal yang berpengaruh negatif dan signifikan pihak RocketChicken Kesesi, hendaknya perlu mempertahankan produk makanannya, dengan cara meyakini masyarakat bahwa roket chicken itu halal denganmemperlihatkan tayangan vidio tentang proses penyembelihan ayam sampai proses akhir dengan mengedepankan syariat Islam, memperlihatkan sertifikat halal dari MUI di pajang di dinding dan dicetak logo halal pada box tempat produknya.

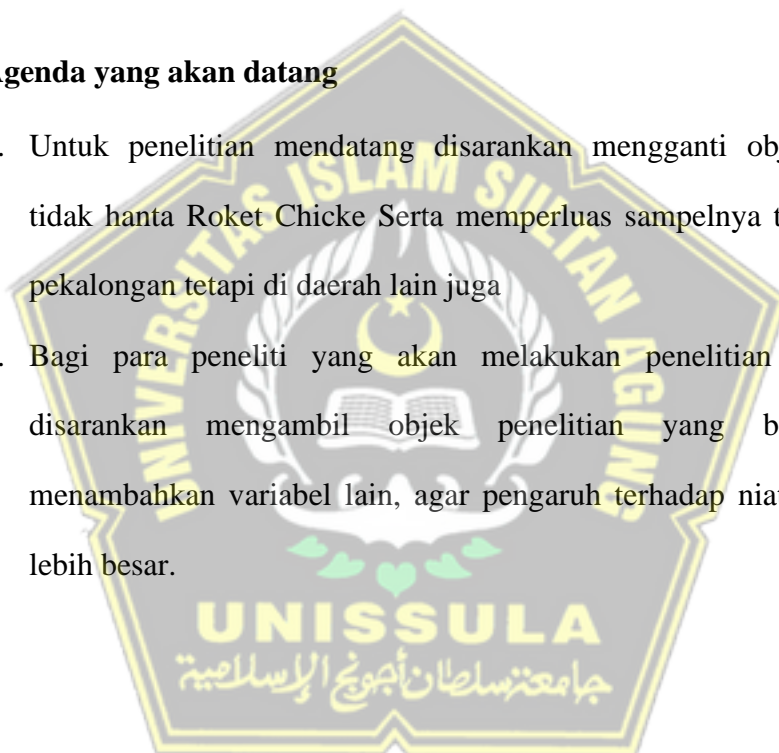
5.3. Keterbatasan penelitian

1. Pada objek penelitian ini objek penelitiannya hanya pada Roket Chicken saja, sedangkan makanan halal yang lainnya masih banyak seperti KFC, ayam geprek Sai dan masih banyak lagi

2. Pada penelitian ini responden hanya diambil di wilayah pekalongan saja sedangkan Raket Chicken tersebar di banyak daerah. Diharapkan agar penelitian selanjutnya memperluas wilayah sampel supaya untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.
3. Waktu untuk meneliti penelitian ini sangat singkat karena terbatasnya waktu sehingga kurang maksimal untuk mendapatkan informasi.

5.4. Agenda yang akan datang

1. Untuk penelitian mendatang disarankan mengganti objek penelitian tidak hanya Raket Chicke Serta memperluas sampelnya tidak hanya di pekalongan tetapi di daerah lain juga
2. Bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut, disarankan mengambil objek penelitian yang berbeda serta menambahkan variabel lain, agar pengaruh terhadap niat beli menjadi lebih besar.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul,J., Shaari, N., & Shahira, N. (2010). *Dimension of Halal Purchase Intention : A Preliminary Study* Shaari & Arifin. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444–456.
<https://doi.org/10.7763/IJSSH.2015.V5.413>
- Adji, J., dan Samuel, H. 2014. Pengaruh satisfaction dan trust terhadap minat beli konsumen (purchase intention) di Starbuck The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 (1): 1-10.
- Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A. (2013). *A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang*. In 4th International conference on Business and Economic Research(pp. 1073–1087)
- Ajzen, I. (1991), “*The Theory of Planned Behaviour*”, *Organizational behavior and Human Decision Process*, Vol. 50 No. 2, pp. 179-124.
- Ajzen, Icek (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*, 2nd edition. England: Open University Press
- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179 – 211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. McGraw-Hill Education (UK).
- Ajzen, I. (1985), “*From Intentions to actions: A Theory of Planned Behavior*”, Kuhl, J. And Beckmann, J. (Eds), *Action Control: From Cognition to Behavior*, Springer, Heidelberg, pp. 11-39 .
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The influence of attitudes on behavior*. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Mahwah, NJ: Erlbaum
- Alam, S.S. & Sayuti, N.M. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20.
- Ambali, AR., Bakar, AN. 2014. *People’s Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy Makers*. *Social and Behavioral Sciences*. 121(19): 3 – 25.
- Arifin, Zainal, (2010) *Pendidikkan metode penelitian dan paradigm baru: bandung*, Remaja Rosda Karya

- Armitage, C. J., & Conner, M. (2000). *Social cognition models and health behaviour: A structured review*. *Psychology and Health*, 15, 173–189.
- Asep Hermawan. (2009). *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). *Factors affecting Halal purchase intention—evidence from Pakistan’s Halal food sector*. *Management Research Review*, Vol 38 (6), 640-660.
- Aziz, Y.,A.,& Vui, C. N. (2012). *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing nonMuslim’s purchasing intention*. Paper presented at 3rdInternational Conference onBusiness and Economic Research(3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830.
- Aziz, Y. A.andChok,N. V. 2013. "The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention among NonMuslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach," *Journal of International Food &Agribusiness Marketing*, pp. Vol. 25:1, pp. 1-23 2013.
- Bashir, A. M. Bayat, A.,Olutuase, S., O.,& Latief, Z. A. A. *Factors affecting consumers’ intention towards purchasing halalfood in South Africa: a structural equation modelling*. *Journal of Food Products Marketing*, Vol 25(1): 26-48
- Bonne, K., I. Vermeir, F. Bergeaud-Blackler and W. Verbeke, 2007, *Determinant of Halal Meat Consumption in France*. *British Food Journal*, 109 (5): 367-386.
- Dharmmesta, Basu Swastha, 1998. *Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Sikap, Niat dan Prilaku Konsumen*. *Kelola No. 18*, Vol.7, pp-85-103.
- Efendi, R., Sukidjo,. Bahrn , K. Faktor-Faktor Niat Membeli Makanan Berlabel Halal padaMahasiswa Muslim Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol 6(01), 2020, 70-79.
- Fandos, C. and C. Flavian (2006), *Interinsic and Extrinsic Quality Attributes, Loyalty and Buying Intention: an Analysis for a PDO Prodt*, *British Food Journal*, 108 (8): 646-662
- Faturihman, I. (2019). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal studi pada konsumen muslim di Indonesia*. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar Vol. 10*, No 1

- Ferdinand, A. (2006), *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Edisi Keempat, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M. dan Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavioral: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice Hall Engelwood Cliffs.
- Gerungan, K. Karina, P. (2019) *Analisis Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan di Restoran Surabaya*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 7, No 2.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Golnaz, R., Zainal, A. M. & Mad-Nasir, S. (2012), *Assessment of Consumers' Confidence on Halal Labelled Manufactured Food in Malaysia*. *Social, Science. & Humanities*. 20 (1), 33 – 42.
- Golnaz R., Zainalabidin, Edhie Chew, 2010. *Non muslim awareness of Halal principles and related food*. *International Food Research Journal*. (17): 667-674.
- Haro, A. 2016. *Understanding Tpb Model, Availability, And Information On Consumer Purchase Intention For Halal Food*. *International Journal of Business and Commerce* Vol. 5, No.08: [47-56]
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin
- Indriantoro, N. B. S. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kettani, H. 2010 *World Muslim Population*, Proc. 8th Hawaii Int. Conf. Arts Humanit., no. January, pp. 1–61, 2010.
- Khalek, A.A. Ismail, Sharifah.H. S,.. (2015). *A Study on the Factors Influencing Young Muslim' Behavioral Intention in Consuming Halal Food in Malaysia*. *Jurnal Syariah* (No.1, Vol.23). Hlm. 79-102.
- Listyoningrum, A.(2012). *Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya*. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* Volume 2 No. 1, Januari 2012: 40-51.

- Lo Liang Kheng et al, November (2010). “ *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*” International Journal of Marketing Studies Vol. 2, No. 2
- Maghfiroh. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal LPPOM-MUI. Jurnal Ekonomi. Volume 11, Nomor 2, Oktober 2015.
- Merican, Z. (1995). *Halal Food Industry in Malaysia-Opportunities and Constraints Conference on Halal Foods: Marketing Market Needs*.
- Monroe, Kent B. and R. Krishnan (1985), "The Effect of Price on Subjective Product Evaluations," in J. Jacoby and J. Olson (eds.), *The Perception of Merchandise and Store Quality*, Lexington Books, 209-32.
- Putra, L, S., Dan Nurdin, R., 2018. Penerapan Theory of Planned Behavioral dalam pembelian makanan halal pada masyarakat di kota Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Vol3 (2), 13-21.
- Rachmawaty, E. 2017 Pengaruh Faktor Pengetahuan Dalam Memprediksi Sikap Untuk Mengonsumsi Makanan Halal. Sustainable Competitive Advantage (SCA). Vol 6
- Randolph G. (2003). *Surgical anatomy of recurrent laryngeal nerve. Surgery of the thyroid and parathyroid glands*. Philadelphia: Saunders.
- Rohmah, N. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe Pada Masyarakat Desa Danau Kecamatan Pelepet Ilir Kabupaten Bungo. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Schiffman, Leo G., Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behavioral Nintin Edition Pearson Education*.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar. (2000) *Consumer Behavior*. Prentice: Hall International.
- Schiffman, Leon G, and Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior 7e, Int Edition*. New Jersey: Prenhallindo.
- Setiawan, Y., Setyorini, R., *The Influence Of Attitude, Subjective Norm And Perceived Behavioral Control (PBC) To The Intention Of Buying Halal Products Food In The Village Cipeujeuh Bandung Regency*. e-Proceeding of Management : Vol.2, No.2 Agustus 2015

- Sugiyono, “*Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*”, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2015.
- Sugiyono. (2010) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tan, Margaret and Thompson S. H. Teo. 2000. “Factors Influencing the Adoption of Internet Banking”. *Journal of the Association for Information Systems*. Volume1, July 2000. <http://jais.aisnet.org>
- Taylor , S. and P. Todd (1995), Decomposition and Crossover Effect in The Theory Of Planned Behavior: A Study Of Consumer Adoption Intentions. *International Journal of Research in Marketing*, 12: 137-155.
- Yunuz M., Rashid W., Ariffin M., & Rasyid M. (2013). Muslim’s Purchase Intention Towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. 145 – 154.
- Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar di Dunia. Diunduh dari <https://ibtimes.id/data-populasi-penduduk-muslim-2020-indonesia-terbesar-di-dunia/>
- Zakarija, Achmat. 2010. *Theory of Planned Behaviour, Masihkah Relevan?*. Diunduh dari <http://zakarija.staff.umm.ac.id>
- Zeithaml, V.A (1988). *Consumer perceptions of price, quality and value: a means end model and synthesis of evidence*. *Journal of marketing*, Vol 52, 2-22.

LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)

ANALISIS PENGARUH KESADARAN HALAL, SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKUTERHADAP NIAT BELI MAKANAN HALAL ROCKET CHICKEN DI KESESI (STUDY PADA MAYARAKAT PEKALONGAN)

Untuk menjadi responden dalam penelitian ini terdapat persyaratan sebagai berikut :

1. Apakah anda penduduk Pekalongan
a. Ya b. Tidak
2. Apakah anda belum pernah membeli Rocket Chicken di Kesesi
a. Ya b. Tidak
3. Apakah anda berumur 20-40
a. Ya b. Tidak

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda
2. berilah tanda silang \surd pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat yang anda alami dengan skala

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

N = Netral (3)

S =Setuju (4)

SS = SangatSetuju (5)

Identitas Responden

1. Nama =

2. Jenis Kelamin =

a. Laki-laki b. Perempuan

3. Usia

a. 20 s/d 25 tahun b. 26 s/d 30 tahun c. 31 s/d 35 tahun d. >35 tahun

4. Pekerjaan

a. PNS b. Pegawai Swastac. Pedagangd. Wiraswasta

KUESIONER

Kesadaran Halal

No	Pernyataan	STS	S	N	S	SS
1	Saya memahami apa itu halal					
2	Saya merasa wawasan halal itu penting					
3	Saya selalu memilih produk makanan halal yang berlogo halal					
4	Saya membeli makanan halal karena kewajiban					
5	Saya mengetahui makanan haram yang tidak boleh dimakan umat islam					

Sikap

No	Pernyataan	STS	S	N	S	SS
1	Saya menyukai gagasan membeli produk makanan halal roket chicken					
2	Menurut saya membeli makanan halal roket chicken merupakan gagasan yang baik					
3	Saya mempunyaisikap yang baik terhadap pembelian produk makanan halal roket chicken					

Norma Subjektif

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Orang yang mempengaruhi perilaku saya akan berpendapat bahwa saya seharusnya membeli produk roket chicken karena halal					
2	Teman dekat saya berpendapat bahwa saya seharusnya beli produk roket					

	chicken karena ada sertifikat halalnya					
3	Banyak orang menurut saya penting berpendapat bahwa saya seharusnya beli produk makanan halal roket chicken					

Persepi Kontrol Perilaku

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin bahwa saya akan mampu membeli produk makanan halal roket chicken					
2	Pembelian produk makanan halal roket chicken sepenuhnya dalam kendali saya					
3	Saya mempunyai sumber daya, waku dan kemauan untuk beli produk makanan halal roket chicken sehingga saya akan membeli dan memakannya					
4	Terdapat kemungkinan banyaknya peluang bagi saya					

	untuk membeliproduk makanan halal Rokat Chicken					
--	--	--	--	--	--	--

Niat Beli

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya pertimbangkan pembelian produk makanan halal rocket chicken					
2	Saya akan beli produk makanan halal rocket chicken secara rutin diwaktu-waktu mendatang					
3	Menurut saya akan bermanfaat bagi saya untuk membeli produk makanan halal Rocket chicken					
4	Saya akan pertimbangkan untuk beralih dari produk makanan halal rocket chicken					
5	Saya berencana untuk belanja atau konsumsi lebih pada					

	produk makanan halal roket chicken					
--	---------------------------------------	--	--	--	--	--

Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	1	1	2
2	1	1	2
3	1	2	2
4	2	3	3
5	2	4	2
6	1	3	2
7	1	2	1
8	2	3	1
9	2	3	1
10	1	1	2
11	2	4	4
12	1	3	1
13	1	3	2
14	1	2	2
15	1	4	4
16	1	3	1
17	1	2	1
18	1	4	4
19	1	3	2
20	2	3	4
21	1	3	1
22	2	2	2
23	2	1	1
24	2	3	4
25	2	3	2
26	1	3	1
27	1	4	1
28	2	3	2
29	2	1	2
30	2	3	1
31	1	3	4

32	1	4	2
33	1	4	4
34	1	3	2
35	2	4	1
36	2	3	1
37	2	4	2
38	1	2	1
39	1	3	2
40	1	4	4
41	2	2	2
42	1	3	4
43	2	4	4
44	1	2	2
45	2	3	4
46	1	4	2
47	1	4	2
48	1	4	2
49	2	3	4
50	2	3	1
51	1	3	2
52	1	4	2
53	2	2	2
54	2	3	2
55	1	4	1
56	1	4	4
57	1	3	1
58	1	4	2
59	2	2	1
60	2	4	4
61	2	4	2
62	1	3	1
63	1	4	4
64	2	3	4
65	1	1	4
66	2	4	1
67	1	2	1
68	2	4	2
69	1	3	2
70	2	3	2

71	1	3	2
72	2	4	2
73	2	3	2
74	2	4	1
75	1	3	1
76	1	3	1
77	1	4	2
78	1	4	1
79	1	3	2
80	2	4	1
81	2	4	1
82	2	4	1
83	1	3	4
84	1	2	1
85	1	3	4
86	2	3	4
87	1	3	4
88	1	3	3
89	2	3	1
90	1	3	4
91	2	3	1
92	1	3	4
93	2	4	3
94	1	4	4
95	1	3	2
96	1	2	2
97	2	1	4
98	2	1	1
99	1	2	2
100	1	3	3

Tabulasi Jawaban Responden

No	Kemudahan Habi (X1)					JK1	Sikap (X2)			JK2	Norma subjektif (X3)			JK3	Persepsi Kontrol Perilaku (X4)				JK4	Niat Beli (Y)					JY
	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5		X2 1	X2 2	X2 3		X3 1	X3 2	X3 3		X4 1	X4 2	X4 3	X4 4		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	
1	5	4	4	3	3	19	5	4	4	13	3	3	4	10	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
2	4	5	4	4	3	20	4	5	4	13	4	3	4	11	2	3	3	3	8	4	3	3	4	3	17
3	5	5	4	4	4	22	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	3	5	13	5	4	5	5	5	24
4	4	5	4	3	3	19	4	5	4	13	3	3	3	9	4	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	4	2	18	4	4	4	12	4	2	4	10	5	5	4	5	14	4	4	5	4	5	22
6	4	5	4	3	3	19	4	5	4	13	3	3	3	9	4	5	3	4	12	5	4	4	5	4	22
7	4	5	4	3	3	19	4	5	4	13	3	3	3	9	2	3	5	3	10	4	2	4	4	3	17
8	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	5	5	14	3	4	5	3	4	19
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
10	4	5	4	3	2	18	4	5	4	13	3	2	4	9	3	4	4	3	11	5	5	3	5	5	23
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	14	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
12	3	4	4	4	4	19	3	4	4	11	4	2	4	10	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
13	3	4	5	4	4	20	3	4	5	12	4	4	4	12	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	2	5	4	3	11	3	4	3	3	4	17
15	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
17	2	2	5	5	5	19	2	2	5	9	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
18	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	5	5	14	5	5	5	5	5	25
19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	15	5	5	5	15	2	4	4	2	10	4	3	4	3	3	17
20	2	5	4	3	5	19	2	5	4	11	3	5	3	11	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
22	3	2	4	5	2	16	3	2	4	9	5	2	3	10	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
24	3	3	3	5	5	19	3	3	3	9	5	5	5	15	5	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
25	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	4	4	13	5	2	4	5	3	19
26	2	2	5	5	5	19	2	2	5	9	5	5	4	14	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
27	5	4	5	5	5	24	5	4	5	14	5	5	5	15	5	3	3	5	11	5	5	5	5	5	25
28	2	3	5	5	5	20	2	3	5	10	5	5	5	15	3	5	3	3	11	5	4	3	5	4	21
29	4	5	5	5	4	23	4	5	5	14	5	4	4	13	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
30	4	5	5	4	4	22	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
31	4	4	5	4	4	21	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	3	4	12	5	4	4	5	4	22
32	5	5	3	5	4	22	5	5	3	13	5	4	3	12	2	3	5	3	10	2	3	3	2	3	13
33	2	3	5	5	5	20	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
34	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
35	5	5	4	5	5	24	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	3	12	5	3	3	5	3	19
36	2	4	4	3	3	16	2	4	4	10	3	3	4	10	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
37	2	3	5	5	5	20	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
38	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	3	3	18	4	4	4	12	3	3	4	10	5	4	4	5	13	5	4	5	5	4	23
40	2	3	5	5	5	20	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
41	5	5	4	5	5	24	5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
42	5	4	5	5	5	24	5	4	5	14	5	5	5	15	3	5	5	3	13	5	5	3	5	5	23
43	3	2	3	4	3	15	3	2	3	8	4	3	3	10	5	3	3	5	11	5	5	5	5	5	25
44	4	4	5	4	4	21	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
45	2	2	4	4	4	16	2	2	4	8	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
46	5	5	5	5	4	24	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
47	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
48	2	2	4	4	4	16	2	2	4	8	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
50	2	2	4	4	4	16	2	2	4	8	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
51	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
52	4	3	3	4	3	17	4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
53	5	5	5	3	5	23	5	5	5	15	3	5	5	13	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	14	5	5	5	5	5	25
55	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	5	14	5	5	5	5	5	25
56	2	3	5	5	5	20	2	3	5	10	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
57	3	4	5	5	5	22	3	4	5	12	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
58	2	2	5	5	5	19	2	2	5	9	5	5	5	15	4	5	5	5	14	5	5	5	5	5	25
59	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25

61	2	2	5	5	5	19	2	2	5	9	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
63	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
64	2	2	5	5	3	17	2	2	5	9	5	3	3	11	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
66	2	2	5	5	5	19	2	2	5	9	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
67	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
68	2	2	5	4	5	18	2	2	5	9	4	5	5	14	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
69	5	5	4	4	4	22	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
70	5	5	4	4	4	22	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
71	2	2	5	5	4	18	2	2	5	9	5	4	5	14	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
72	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
73	5	5	4	4	4	22	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
74	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
75	3	2	4	4	4	17	3	2	4	9	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
76	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
77	1	3	3	4	3	14	1	3	3	7	4	3	3	10	5	3	3	3	11	3	3	3	3	3	15
78	5	4	5	5	5	24	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
79	4	5	5	5	5	24	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
81	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
84	4	3	4	5	5	21	4	3	4	11	5	5	5	15	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
85	5	5	4	5	5	24	5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
86	2	3	4	5	5	19	2	3	4	9	5	5	5	15	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
87	2	2	4	5	5	18	2	2	4	8	5	5	5	15	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
88	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
89	4	4	5	5	3	21	4	4	5	13	5	3	5	13	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
91	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
92	3	4	4	5	5	21	3	4	4	11	5	5	5	15	5	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
93	2	2	4	4	4	16	2	2	4	8	4	4	4	12	5	4	4	4	13	5	5	4	5	5	24
94	4	5	4	5	4	22	4	5	4	13	5	4	4	13	5	4	4	4	13	5	5	4	5	5	24
95	5	5	4	4	5	23	5	5	4	14	4	5	4	13	5	4	4	4	13	4	4	4	4	4	20
96	4	3	4	3	4	18	4	3	4	11	3	4	4	11	5	4	4	4	13	5	4	4	5	4	22
97	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
98	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	5	4	15	5	4	4	5	4	22
99	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	4	15	5	5	4	5	5	24
100	3	4	4	5	5	21	3	4	4	11	5	5	4	14	5	4	2	5	11	5	4	5	5	4	23

Karakteristik Responden

Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin

	Observed N	Expected N	Residual
Laki-laki	38	50.0	-12.0
Perempuan	62	50.0	12.0
Total	100		

Frekuensi Usia Responden

Usia

	Observed N	Expected N	Residual
20 s/d 25 tahun	17	25.0	-8.0
26 s/d 30 tahun	19	25.0	-6.0
31 s/d 35 tahun	29	25.0	4.0
> 35 tahun	35	25.0	10.0
Total	100		

Frekuensi Pekerjaan Responden

Pekerjaan

	Observed N	Expected N	Residual
PNS	32	25.0	7.0
Pegawai Swasta	28	25.0	3.0
Pedagang	15	25.0	-10.0
Wiraswasta	25	25.0	.0
Total	100		

Hasil Jawaban Responden

Frekuensi Jawaban Pertanyaan Variabel Kesadaran Halal (X1)

x1_1

	Observed N	Expected N	Residual
1.00	1	20.0	-19.0
2.00	21	20.0	1.0
3.00	9	20.0	-11.0
4.00	37	20.0	17.0
5.00	32	20.0	12.0
Total	100		

x1_2

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	16	25.0	-9.0
3.00	11	25.0	-14.0
4.00	26	25.0	1.0
5.00	47	25.0	22.0
Total	100		

x1_3

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	5	33.3	-28.3
4.00	33	33.3	-.3
5.00	62	33.3	28.7
Total	100		

x1_4

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	10	33.3	-23.3
4.00	21	33.3	-12.3
5.00	69	33.3	35.7
Total	100		

x1_5

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	3	25.0	-22.0
3.00	12	25.0	-13.0
4.00	20	25.0	-5.0
5.00	65	25.0	40.0
Total	100		

Frekuensi Jawaban Pertanyaan Variabel Sikap (X2)

x2_1

	Observed N	Expected N	Residual
1.00	1	20.0	-19.0
2.00	21	20.0	1.0
3.00	9	20.0	-11.0
4.00	38	20.0	18.0
5.00	31	20.0	11.0
Total	100		

x2_2

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	16	25.0	-9.0
3.00	11	25.0	-14.0
4.00	27	25.0	2.0
5.00	46	25.0	21.0
Total	100		

x2_3

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	5	33.3	-28.3
4.00	31	33.3	-2.3
5.00	64	33.3	30.7
Total	100		

Frekuensi Jawaban Pertanyaan Variabel Norma Subjektif (X3)

x3_1

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	10	33.3	-23.3
4.00	21	33.3	-12.3
5.00	69	33.3	35.7
Total	100		

x3_2

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	4	25.0	-21.0
3.00	12	25.0	-13.0
4.00	19	25.0	-6.0
5.00	65	25.0	40.0
Total	100		

x3_3

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	10	33.3	-23.3
4.00	29	33.3	-4.3
5.00	61	33.3	27.7
Total	100		

Frekuensi Jawaban Pertanyaan Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X4)**x4_1**

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	5	25.0	-20.0
3.00	4	25.0	-21.0
4.00	20	25.0	-5.0
5.00	71	25.0	46.0
Total	100		

x4_2

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	7	33.3	-26.3
4.00	26	33.3	-7.3
5.00	67	33.3	33.7
Total	100		

x4_3

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	1	25.0	-24.0
3.00	9	25.0	-16.0
4.00	32	25.0	7.0
5.00	58	25.0	33.0
Total	100		

x4_4

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	1	25.0	-24.0
3.00	10	25.0	-15.0
4.00	19	25.0	-6.0
5.00	70	25.0	45.0
Total	100		

Frekuensi Jawaban Pertanyaan Variabel Niat Beli (Y)

y_1

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	1	25.0	-24.0
3.00	4	25.0	-21.0
4.00	16	25.0	-9.0
5.00	79	25.0	54.0
Total	100		

y_2

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	2	25.0	-23.0
3.00	6	25.0	-19.0
4.00	23	25.0	-2.0
5.00	69	25.0	44.0
Total	100		

y_3

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	9	33.3	-24.3
4.00	21	33.3	-12.3
5.00	70	33.3	36.7
Total	100		

<my_4

	Observed N	Expected N	Residual
2.00	1	25.0	-24.0
3.00	5	25.0	-20.0
4.00	15	25.0	-10.0
5.00	79	25.0	54.0
Total	100		

y_5

	Observed N	Expected N	Residual
3.00	8	33.3	-25.3
4.00	20	33.3	-13.3
5.00	72	33.3	38.7
Total	100		

Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal (X1)

Correlations

		x1_1	x1_2	x1_3	x1_4	x1_5	Kesadaran Halal
x1_1	Pearson Correlation	1	.804**	.143	.092	.133	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.156	.361	.188	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1_2	Pearson Correlation	.804*	1	.165	.009	.145	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.100	.931	.149	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1_3	Pearson Correlation	.143	.165	1	.496*	.545**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.156	.100		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1_4	Pearson Correlation	.092	.009	.496*	1	.649**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.361	.931	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1_5	Pearson Correlation	.133	.145	.545*	.649*	1	.639**
	Sig. (2-tailed)	.188	.149	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kesadaran Halal	Pearson Correlation	.774*	.761**	.580*	.544*	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas Variabel Sikap (X2)

Correlations

		x2_1	x2_2	x2_3	Sikap
x2_1	Pearson Correlation	1	.802**	.175	.919**
	Sig. (2-tailed)		.000	.081	.000
	N	100	100	100	100
x2_2	Pearson Correlation	.802**	1	.190	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.058	.000
	N	100	100	100	100
x2_3	Pearson Correlation	.175	.190	1	.431**
	Sig. (2-tailed)	.081	.058		.000
	N	100	100	100	100
Sikap	Pearson Correlation	.919**	.920**	.431**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Uji Validitas Variabel Norma Subjektif (X3)

Correlations

		x3_1	x3_2	x3_3	Normal Subjektif
x3_1	Pearson Correlation	1	.643**	.648**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
x3_2	Pearson Correlation	.643**	1	.735**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
x3_3	Pearson Correlation	.648**	.735**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Normal Subjektif	Pearson Correlation	.849**	.914**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Uji Validitas Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X4)

Correlations

		x4_1	x4_2	x4_3	x4_4	Persepsi Kontrol Perilaku
x4_1	Pearson Correlation	1	.386**	.239*	.819**	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x4_2	Pearson Correlation	.386**	1	.622**	.507**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x4_3	Pearson Correlation	.239*	.622**	1	.398**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x4_4	Pearson Correlation	.819**	.507**	.398**	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Kontrol Perilaku	Pearson Correlation	.732**	.830**	.778**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Uji Validitas Variabel Niat Beli (Y)

Correlations

		y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	Niat Beli
y_1	Pearson Correlation	1	.668**	.599**	.986**	.697**	.882**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100
y_2	Pearson Correlation	.668**	1	.691**	.683**	.951**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y_3	Pearson Correlation	.599**	.691**	1	.594**	.742**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y_4	Pearson Correlation	.986**	.683**	.594**	1	.716**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y_5	Pearson Correlation	.697**	.951**	.742**	.716**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Niat Beli	Pearson Correlation	.882**	.908**	.822**	.889**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Halal (X1)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	5

Uji Reliabilitas Variabel Sikap (X2)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	3

Uji Reliabilitas Variabel Norma Subjektif (X3)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	3

Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X4)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	4

Uji Reliabilitas Variabel Niat Beli (Y)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	5

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

NPar

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72904140
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.106
	Negative	-.115
Test Statistic		1.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kesadaran Halal	.019	52.963
	Sikap	.031	31.815
	Normal Subjektif	.080	12.545
	Persepsi Kontrol Perilaku	.734	1.362

a. Dependent Variable: Niat Beli

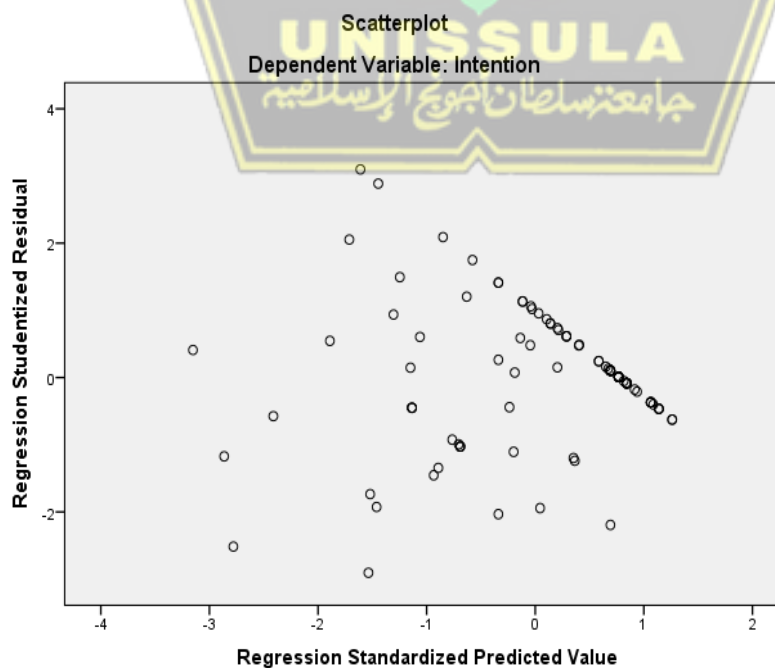
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ln_X1	.417	2.397
	Ln_X2	.912	1.096
	Ln_X3	.714	1.400
	Ln_X4	.378	2.646

a. Dependent Variable: Ln_Y

Uji Heteroskedastisitas

Charts



Uji Regresi

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Normal Subjektif, Kesadaran Halal ^b		Enter

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.620	.604	1.76507

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Normal Subjektif, Kesadaran Halal

b. Dependent Variable: Niat Beli

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	482.621	4	120.655	38.728	.000 ^b
	Residual	295.969	95	3.115		
	Total	778.590	99			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Normal Subjektif, Kesadaran Halal

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.271	1.682		3.729	.000
	Kesadaran Halal	-1.350	.436	-1.425	3.095	.003
	Sikap	1.187	.433	.979	2.743	.007
	Normal Subjektif	1.079	.322	.751	3.351	.001
	Persepsi Kontrol Perilaku	1.221	.126	.715	9.689	.000

a. Dependent Variable: Niat Beli

