

**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN
HALAL DALAM KALENG KOTA YOGYAKARTA
DITINJAU DARI PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF**

SKRIPSI



ditulis oleh :

Nama : Danang Prastian R
Nomor Mahasiswa : 07311341
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2012

**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN
HALAL DALAM KALENG KOTA YOGYAKARTA
DITINJAU DARI PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF**

SKRIPSI



ditulis oleh :

Nama : Danang Prastian R
Nomor Mahasiswa : 07311341
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2012

**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN
HALAL DALAM KALENG KOTA YOGYAKARTA
DITINJAU DARI PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar sarjana strata-1 di jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh :
Nama : Danang Prastian R
Nomor Mahasiswa : 07311341
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2012

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, 23 desember 2011

Penulis



Danang Prastian R

**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN
HALAL DALAM KALENG KOTA YOGYAKARTA
DITINJAU DARI PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF**

Nama : Danang Prastian R
Nomor Mahasiswa : 07311341
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran



Yogyakarta, 23 desember 2011

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Yazid', written over a horizontal line.

Yazid, Drs, MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Minat Beli Konsumen Produk Makanan dan Minuman Hala
Dalam Kaleng Kota Yogyakarta Ditinjau Dari Pengaruh Sikap dan
Norma Subyctif)**

**Disusun Oleh: DANANG PRASTIAN R
Nomor Mahasiswa: 07311341**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 20 Januari 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Yazid, MM

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kepersembahkan untuk orang tua
yang menyayangiku dan amat kusayangi*



MOTTO

Hal yang paling sulit dilakukan didunia ini adalah bangun dari ranjang yang hangat dan masuk ke kamar mandi yang dingin, artinya kita harus berani keluar dari zona nyaman jika tidak ingin menjadi orang yang biasa-biasa saja.



ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul “Analisis Minat Beli Konsumen Produk Makanan dan Minuman Halal Dalam Kaleng Kota Yogyakarta Ditinjau dari Sikap dan Norma Subyektif. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli.

Penelitian ini menggunakan model *Theory Planned of Behavior* dari Icek Ajzen di mana minat untuk berperilaku dalam hal ini minat beli dipengaruhi oleh sikap (attitude), norma subyektif (subjective norms), dan pengendalian perilaku (control behavior). Variabel sikap dapat diukur dari keyakinan dan evaluasi, sedangkan norma subyektif dapat diukur dari besarnya nilai keyakinan normatif dan motivasi. Dan pengendalian perilaku dapat diukur berdasarkan keyakinan pengendalian. Sehingga variabel ketiga yang digunakan adalah keyakinan pengendalian.

Metode pengujian statistik dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Pengujian yang dilakukan antara lain uji F, uji t, uji asumsi klasik (heteroskedastisitas, normalitas, autokorelasi, dan multilolinieritas). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dibuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel sikap dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli pada produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng. Sedangkan variabel norma subyektif tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng.

Pengaruh total variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yaitu pengaruh variabel sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli adalah sebesar 0,279 atau 27,9%.

Kata kunci : *sikap, norma subyektif, pengendalian perilaku, keyakinan pengendalian, minat beli, Theory Planned of Behavior.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi demi memperoleh gelar kesarjanaan Strata-1 pada jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Skripsi yang diberi judul “Analisis Minat Beli Konsumen Produk Makanan dan Minuman Halal Dalam Kaleng Kota Yogyakarta Ditinjau dari Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif” ini berisikan hasil penelitian mengenai sikap, norma subjektif dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli produk makanan dan minuman halal dalam kaleng di kota Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Yazid, MM selaku dosen pembimbing skripsi, yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan dan nasehatnya selama ini.
4. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

5. Keluargaku tercinta (Bapak, Ibu dan Kakak). Terima kasih atas semua cinta, dukungan serta do'a yang tulus dan tidak ada habisnya.
6. Teman-temanku, Aan dan Dito a.k.a Mc K, terima kasih untuk semua bantuan dan dukungan kalian.
7. Teman-teman senior, Berbah Man a.k.a VOB, Ainun, Arifin a.k.a Mbahe, Pak Imam a.k.a Fossil, dan Jerky.
8. Teman-teman HipHop Solo, Bandar Jenat a.k.a WBK, Kohkun a.k.a Y2K, dan Vandu a.k.a Mr.Chin. Karena kalian otakku tercuci oleh rock dan rap.
9. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Kepada semua pihak tersebut, penulis berharap semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya. Amin. Akhirnya, harapan penulis yaitu semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, Desember 2011

Penulis

Danang Prastian R

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---------------------------------------|---------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Sampul Depan Skripsi..... | ii |
| Halaman Judul Skripsi..... | iii |
| Halaman Bebas Plagiarisme..... | iv |
| Halaman Pengesahan Skripsi..... | v |
| Halaman Pengesahan Ujian Skripsi..... | vi |
| Halaman Persembahan..... | vii |
| Halaman Motto..... | viii |
| Abstrak..... | ix |
| Kata Pengantar..... | x |
| Daftar Isi..... | xii |
| Daftar Tabel..... | xvi |
| Daftar Gambar..... | xvii |
| Daftar Lampiran..... | xviii |

BAB I PENDAHULUAN

| | | |
|------------|-----------------------------|---|
| 1.1 | Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 | Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 | Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 | Manfaat penelitian..... | 5 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA

| | | |
|--------------|---------------------------------------------------------|----|
| 2.1 | Penelitian Terdahulu..... | 6 |
| 2.2 | Pengertian Halal..... | 7 |
| 2.2.1 | QS Al Maidah : 94..... | 9 |
| 2.2.2 | QS Al Maidah : 3..... | 9 |
| 2.2.3 | QS Al Maidah : 4..... | 10 |
| 2.2.4 | QS Al An'am : 121..... | 10 |
| 2.2.5 | QS An Nahl : 67..... | 10 |
| 2.2.6 | QS Al Baqarah : 219..... | 11 |
| 2.3 | Pentingnya Halal..... | 14 |
| 2.3.1 | Makanlah yang Baik dan Halal Saja..... | 15 |
| 2.3.2 | Pentingnya Makan yang Halal dan Bahaya Makan yang Haram | 16 |
| 2.4 | Ketersediaan Makanan Halal..... | 18 |
| 2.5 | Kesadaran akan Produk Halal..... | 20 |
| 2.6 | Theory of Planned Behaviour..... | 23 |
| 2.6.1 | Sikap..... | 24 |
| 2.6.2 | Norma Subjektif..... | 25 |

| | | |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.6.3 | Pengendalian Perilaku yang Dirasakan dan Keyakinan Pengendalian..... | 26 |
| 2.7 | Kerangka Teoritis dan Hipotesis..... | 28 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | |
| 3.1 | Lokasi Penelitian..... | 29 |
| 3.2 | Variabel Penelitian..... | 29 |
| 3.3 | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 30 |
| 3.3.1 | Sikap (Attitude)..... | 30 |
| 3.3.2 | Norma Subyektif (Subjective Norms)..... | 31 |
| 3.3.3 | Persepsi Pengendalian Perilaku (Perceive Behavioral Control)..... | 33 |
| 3.3.4 | Minat Beli..... | 34 |
| 3.4 | Jenis dan Teknik Pengumpulan Data..... | 34 |
| 3.4.1 | Kuesioner..... | 34 |
| 3.4.2 | Uji Validitas (Kesahihan)..... | 36 |
| 3.4.3 | Uji Reliabilitas..... | 37 |
| 3.5 | Populasi dan Sampel..... | 37 |
| 3.5.1 | Populasi..... | 37 |
| 3.5.2 | Sampel..... | 38 |
| 3.6 | Metode Analisis Data..... | 39 |
| 3.6.1 | Analisis Deskriptif..... | 39 |
| 3.6.2 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 40 |

| | | |
|-------|------------------------|----|
| 3.7 | Uji Hipotesis..... | 40 |
| 3.7.1 | Uji F..... | 40 |
| 3.7.2 | Uji t..... | 41 |
| 3.7.3 | Uji Asumsi Klasik..... | 42 |

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

| | | |
|--------|-------------------------------------------------|----|
| 4.1 | Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 47 |
| 4.1.1 | Uji Validitas..... | 47 |
| 4.1.2 | Uji Reliabilitas..... | 49 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif..... | 50 |
| 4.2.1 | Deskriptif Variabel Sikap..... | 51 |
| 4.2.2 | Deskriptif Variabel Norma Subyektif..... | 52 |
| 4.2.3 | Deskriptif Variabel Keyakinan Pengendalian..... | 53 |
| 4.2.4 | Deskriptif Variabel Minat Beli..... | 55 |
| 4.3 | Analisis Statistik..... | 56 |
| 4.3.1. | Uji Asumsi Klasik..... | 56 |
| 4.3.2 | Analisis Regresi Berganda..... | 61 |
| 4.4 | Pembahasan dan Implikasi..... | 66 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

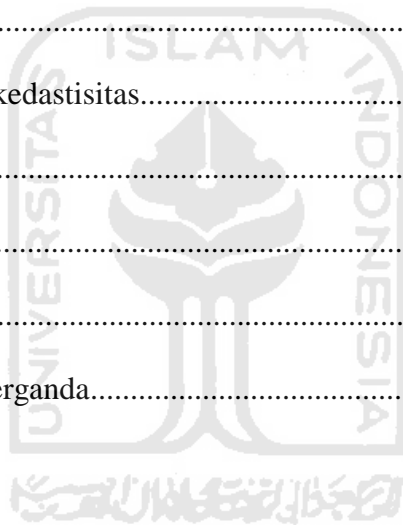
| | | |
|-----|-----------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2 | Saran..... | 70 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|------------------------------------------------|----|
| 4.1 | Hasil Uji Validitas..... | 48 |
| 4.2 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 49 |
| 4.3 | Penilaian Variabel Sikap..... | 51 |
| 4.4 | Penilaian Variabel Norma Subyektif..... | 52 |
| 4.5 | Penilaian Variabel Keyakinan Pengendalian..... | 53 |
| 4.6 | Penilaian Variabel Minat Beli..... | 55 |
| 4.7 | Uji Heteroskedastisitas..... | 57 |
| 4.8 | Ringkasan Uji Heteroskedastisitas..... | 58 |
| 4.9 | Uji Normalitas..... | 59 |
| 4.10 | Uji Autokorelasi..... | 60 |
| 4.11 | Uji Multikolinieritas..... | 60 |
| 4.12 | Hasil Regresi Linier Berganda..... | 61 |



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----|------------------------|----|
| 2.1 | Kerangka Teoritis..... | 28 |
|-----|------------------------|----|



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|-------------------------------------------|
| Lampiran A | Angket / Kuesioner |
| Lampiran B | Tabel Hasil Jawaban Responden |
| Lampiran C | Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas |
| Lampiran D | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Halal adalah kata Arab yang berarti "diizinkan" atau "sah" dan merupakan kewajiban yang mengatur semua aspek kehidupan lebih dari 1,6 miliar di seluruh dunia Muslim. Alam halal dapat memperpanjang untuk semua bahan habis pakai seperti toiletries, farmasi, kosmetik dan jasa termasuk keuangan. Dana total di bawah keuangan Islam diperkirakan USD500 miliar, karena ukuran kuantitatif total industri halal melebihi US \$ 1 triliun (Halal Journal, 2008).

Makna halal sudah berkembang tidak hanya untuk konsumen muslim saja tetapi sudah ada dalam benak mereka bahwa produk yang halal biasanya sehat, tentu hal ini penting bagi para calon konsumen dan produsen yang menawarkan produk mereka. Menurut Jumaaton Azmi (dalam jurnal Suddin Lada, 2009) menyatakan bahwa halal tidak lagi menjadi masalah hanya murni keagamaan. Hal ini dalam bidang bisnis dan perdagangan, dan hal ini menjadi simbol global untuk jaminan kualitas dan pilihan gaya hidup. Investigasi keputusan konsumen terhadap produk halal akhir-akhir ini sedang sering dibicarakan, pertama, mengingat ukuran pasar makanan halal dan evolusinya, dan kedua, mengingat relevansi kebijakan masalah. Popularitas perkembangan halal dapat dihubungkan dengan semangat keagamaan, dan

keyakinan bahwa lebih bersih, sehat dan enak, menurut Burgmann (dalam jurnal Suddin Lada, 2009). Selain itu kehalalan suatu produk akan menenteramkan konsumen. Produk halal tidak saja memenuhi kebutuhan aspek keimanan dan ketakwaan, melainkan juga terjaga dari segi kualitas dan higienisnya.

Konsep halal diambil untuk diberikan sebagai negara pada umumnya sebelum mandiri dalam produksi pangan. Dengan serangan perdagangan global dan mengubah gaya hidup non-negara Muslim mendominasi perdagangan halal daging dan produk makanan olahan. Saat ini, tingkat tertentu dari jaminan yang disediakan oleh sertifikasi halal produk-produk halal, yang dalam hal apapun dapat diterbitkan oleh salah satu dari lebih dari 100 lembaga sertifikasi halal di seluruh dunia (Halal Journal, 2008).

BPOM Indonesia menjadi rujukan negara lain dalam sertifikasi halal. Negara-negara internasional telah mengakui bahwa system sertifikasi halal yang dimiliki oleh Lembaga Pengkajian obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI terbaik di dunia. Selain palaku bisnis yang mengakui, para ulama internasional seperti Imam Besar di Sanghai Cina sangat salut dengan system sertifikasi halal Indonesia. Maka dalam standarisasi produk halal, Cina merujuk pada Indonesia. Mengapa Indonesia menjadi rujukan produk makanan halal? Karena sertifikasi halal dikeluarkan oleh lembaga independen, artinya pemerintah tidak terlibat sehingga tidak ada tujuan politik yang dikuwatirkan

akan berdampak dalam sertifikasi produk halal tersebut. Kemudian di back up oleh ulama dengan adanya komisi fatwa MUI dan para auditor yang terdiri dari para professor, dokter, dan master dari berbagai universitas (www.pkesinteraktif.com).

Prospek pasar dari produk pangan halal terbilang amat cerah. Menurut Mentan Anton Apriyantono, sedikitnya 1.6 milyar muslim membutuhkan pangan halal dengan nilai lebih dari 600 milyar dolar AS. Di Eropa saja terdapat sekitar 30 juta muslim punya daya beli tinggi terhadap aneka pangan halal. Sebagai negara berpenduduk 235 juta dan mayoritas muslim merupakan pangsa pasar yang potensial. Produsen yang cerdas dan jeli akan segera mensertifikasi produknya agar memenuhi standar kehalalan dan berusaha menembus pasar muslim tanpa mengurangi pangsa pasar non-muslim. Peluang pasar produk halal yang demikian besar juga akan menumbuhkan industry produk bersertifikat halal.

Halal dan tidaknya produk makanan dan minuman begitu erat kaitannya dengan produk kemasan salah satunya dalam bentuk kaleng. Makanan dan minuman kaleng sudah akrab dengan kehidupan kita terutama masyarakat kota karena kepraktisannya. Mengapa makanan kaleng begitu diminati tentunya ada kelebihan-kelebihan yang diperoleh antara lain praktis, karena bersifat siap saji, bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama dengan kata lain tahan lama. Dan saat ini berbagai ragam makanan dan minuman bisa

dikemas dalam kaleng seperti daging, sayuran, kornet, buah-buahan, minuman berkarbonasi, *energy drink* sari buah, dan lain-lain yang semakin memudahkan akan kebutuhan mereka sehari-hari. Selain keuntungan yang didapat ada juga kelemahan-kelemahan produk dalam kaleng ini terutama produk makanan, misalnya pada produk sayuran akan ada perubahan warna, rasa, dan tekstur. Berkaitan produk dalam kemasan khususnya kaleng yang begitu praktis apakah halal dan tidaknya produk tersebut menjadi pertimbangan calon konsumen sebelum melakukan pembelian?

Untuk melihat hal tersebut maka penelitian ini akan fokus pada makanan dan minuman yang halal dalam kemasan kaleng dilihat dari pengaruh sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini maka ditetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh positif dari sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli konsumen produk makanan dan minuman halal dalam kaleng?
2. Apakah secara individu masing-masing variabel sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian seorang konsumen mempengaruhi minat beli terhadap produk halal dalam kaleng?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi ada tidaknya pengaruh positif dari sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli konsumen produk halal dalam kaleng.
2. Mengidentifikasi seberapa besar pengaruh dari sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli konsumen.

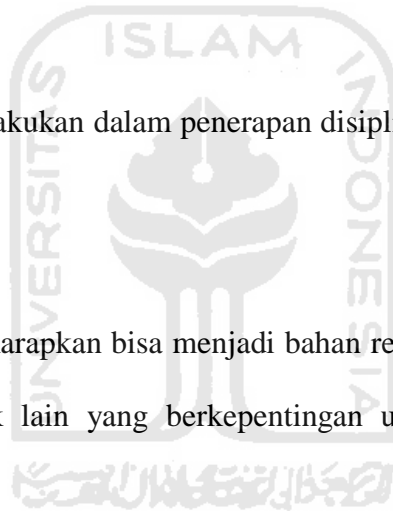
1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan dalam penerapan disiplin ilmu yang telah diperoleh selama kuliah.

2. Bagi Pihak Lain:

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi para pengusaha atau pihak-pihak lain yang berkepentingan untuk melakukan penelitian sejenis.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis memahami penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya sebagai bahan referensi. Penelitian sebagai bahan referensi berasal dari mahasiswa S1 fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yang pertama adalah penelitian Titi (2004) mengenai “ Analisis Sikap Konsumen Shampo Clear dan Pentene Setelah Adanya Promosi Penjualan dan Kaitannya dengan Minat Konsumen di Kabupaten Bantul, Yogyakarta” Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ada pengaruh yang positif dari sikap konsumen Clear “Hair Fall Defense” dan Pentene “Anti Ketombe 2 in 1”. Selain itu tidak ada perbedaan sikap, norma subjektif dan minat beli konsumen terhadap merek Clear “Hair Fall Defense” dan Pentene “Anti Ketombe 2 in 1” jika ditinjau berdasarkan gender, usia maupun pengeluaran per bulan. Kecuali sikap terhadap atribut manfaat mencegah kerontokan pada merek Pentene “Anti Ketombe 2 in 1” di mana untuk atribut ini terdapat perbedaan sikap jika ditinjau dari perbedaan usia. Selain itu juga terdapat perbedaan norma subjektif untuk referen keluarga dan teman dekat terhadap merek Clear “Hair Fall Defense” jika ditinjau berdasarkan perbedaan usia. Dan perbandingan antara kedua merek tersebut adalah bahwa konsumen shampo di wilayah Bantul lebih berminat

terhadap shampo Pentene “Anti Ketombe 2 in 1” dibanding Clear “Hair Fall Defense”.

Penelitian sebagai bahan referensi berikutnya adalah milik Jebby Cahyutu Ariartha (2006) dengan judul “Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Sabun Cair Sunlight Setelah Melihat Iklan di Televisi dengan Menggunakan Selebritis Sebagai Endorsers”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap (A_b) konsumen dalam membeli sabun cair Sunlight adalah positif (kuat). Dalam prosentase skor sikap mencapai 56,22% dari skala maksimum minimum. Norma subyektif juga berpengaruh positif dengan prosentase skor mencapai 54,22% dari skala maksimum minimum. Dari perhitungan minat diketahui bahwa minat konsumen adalah positif dengan prosentase skor dari skala maksimum minimum 56,18%. Dengan demikian maka sikap dan norma subyektif memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli.

2.2 Pengertian Halal

Tujuan konsumen terhadap keberadaan bahan-bahan konsumsi, kian hari semakin meningkat. Bukan hanya pada ketersediaannya, tetapi produk-produk dimaksud, kini dituntut bisa memenuhi standar mutu yang dibutuhkan masyarakat. Standar mutu yang dibutuhkan konsumen, terutama dari segi standar kebersihan (higienitas) serta terjamin kehalalannya. Sebenarnya apakah pengertian halal itu?

Bagi umat Islam, mengkonsumsi yang halal dan thayib (baik, aman, higienis) merupakan perwujudan dari ketaatan dan ketaqwaan kepada Allah. Oleh karena itu tuntutan terhadap produk halal pun semakin gencar disuarakan konsumen muslim, baik di Indonesia maupun di negara-negara lain. Hal ini terkait dengan perintah Allah kepada manusia, sebagaimana yang termaktub dalam **QS Al Maidah: 88** yang artinya: "dan makanlah makanan yang halal lagi baik (thayib) dari apa yang telah dirizkikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah dan kamu beriman kepada-Nya".

Memakan yang halal dan thayib merupakan perintah dari Allah yang harus dilaksanakan oleh setiap manusia yang beriman. Bahkan perintah ini disejajarkan dengan bertaqwa kepada Allah, sebagai sebuah perintah yang sangat tegas dan jelas. Perintah ini juga ditegaskan dalam ayat yang lain, seperti yang terdapat pada **QS Al Baqarah: 168** yang artinya: "Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syetan; karena sesungguhnya syetan itu adalah musuh yang nyata bagimu". Memakan yang halal dan thayib akan berbenturan dengan keinginan syetan yang menghendaki agar manusia terjerumus kepada yang haram. Oleh karena itu menghindari yang haram merupakan sebuah upaya yang harus mengalahkan godaan syetan tersebut.

Mengkonsumsi makanan halal dengan dilandasi iman dan taqwa karena semata-mata mengikuti perintah Allah merupakan ibadah yang

mendatangkan pahala dan memberikan kebaikan dunia dan akhirat. Sebaliknya memakan yang haram, apalagi diikuti dengan sikap membangkang terhadap ketentuan Allah adalah perbuatan maksiat yang mendatangkan dosa dan keburukan.

Sebenarnya yang diharamkan atau dilarang memakan (tidak halal) jumlahnya sedikit. Selebihnya, pada dasarnya apa yang ada di muka bumi ini adalah halal, kecuali yang dilarang secara tegas dalam Al Qur'an dan Hadits. Hal-hal yang berkaitan dengan halal dan haram dijelaskan di dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

2.2.1 QS Al Maidah : 94

"Dihalalkan bagimu (ikan) yang ditangkap di laut dan makanan yang berasal dari laut". Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa binatang yang diperoleh dari laut halal untuk dimakan misalnya bangsa ikan, kepiting, cumi-cumi, dan lain-lain sehingga dapat disimpulkan bahwa semua yang berasal dari laut adalah halal untuk dimakan.

2.2.7 QS Al Maidah : 3

"Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tecekik, yang dipukul, yang jatuh ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali kamu sempat menyembelohnya". Selain itu juga dijelaskan pada ayat QS Al Baqarah :173 yang artinya, "Sesungguhnya Allah yang mengharamkan bagimu bangkai,

darah, daging babi, dan yang disembelih dengan nama selain Allah". Dua ayat di atas menyebutkan bahwa dalam Al-Qur'an hanya sedikit yang tidak halal. Namun dengan perkembangan teknologi, yang sedikit itu bisa menjadi banyak karena masuk ke dalam makanan olahan secara tidak terduga sebelumnya.

2.2.8 QS Al Maidah : 4

"Dan makanlah binatang yang ditangkap dalam buruan itu untukmu dan sebutlan nama Allah ketika melepaskan hewan (anjing) pemburunya". Artinya tangkapan binatang buas yang sudah dilatih (anjing) tersebut halal dengan cara menyebut nama Allah ketika memakan hasil tangkapan tersebut.

2.2.9 QS Al An'am : 121

"Dan janganlah kamu makan sembelihan yang tidak menyebut nama Allah dan sesungguhnya yang demikian itu fasik". Ayat tersebut menjelaskan bahwa binatang sembelihan yang dimakan tanpa menyebut nama Allah atau justru menyebut yang lain merupakan pelanggaran.

2.2.10 QS An Nahl : 67

"Dan dari buah kurma dan anggur, kamu buat minuman yang memabukkan dan rizki yang baik. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang memikirkan".

2.2.11 QS Al Baqarah : 219

"Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi; Katakanlah: "Pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosanya lebih besar daripada manfaatnya". Khamar dan judi merupakan sesuatu yang haram. Khamar dapat diterjemahkan alkohol, sehingga sesuatu yang mengandung alkohol adalah haram. Selain itu juga dijelaskan dalam QS An Nisa : 43 yang artinya "Hai orang-orang beriman, janganlah kamu shalat, sedang kamu dalam keadaan mabuk, sampai kamu mengerti apa yang kamu ucapkan". Ayat tersebut memiliki makna ketika seseorang terpengaruh alkohol maka dilarang untuk beribadah dan diizinkan ketika pengaruh alkohol telah hilang, sehingga alkohol bisa disimpulkan sesuatu yang dilarang oleh Allah.

Dari serangkaian ayat di atas dapat disimpulkan bahwa yang tergolong haram bukan hanya babi. Ada 5 macam yang dikategorikan sebagai barang haram yaitu:

1. Bangkai: yaitu hewan yang mati bukan karena disembelih atau diburu hukumnya jelas haram. Bahaya yang ditimbulkan bagi agama dan badan manusia sangat nyata, sebab pada bangkai terdapat darah yang mengendap sehingga sangat berbahaya bagi kesehatan.
2. Darah: darah yang mengalir adalah haram hukumnya. Sedangkan hati, limpa, serta sisa-sisa darah yang menempel pada daging atau leher setelah disembelih adalah halal.

3. Babi: Babi peliharaan maupun liar baik jantan maupun betina dan minyaknya sekalipun adalah haram hukumnya.
4. Binatang yang disembelih selain menyebut nama Allah: Setiap hewan yang disembelih dengan selain nama Allah hukumnya haram, karena Allah mewajibkan agar setiap makhluk-Nya disembelih dengan nama-Nya yang mulia.
5. Khamer atau minuman yang memabukkan.

Sedangkan konsep dasar jaminan pangan halal sendiri mencakup pemakaian bahan-bahan yang halal, proses yang halal, penanganan yang halal, sehingga menghasilkan produk yang halal pula. Namun dengan kemajuan teknologi, banyak dari bahan-bahan haram tersebut yang dimanfaatkan sebagai bahan baku, bahan tambahan atau bahan penolong pada berbagai produk olahan. Di titik kritis inilah seringkali yang halal dan yang haram menjadi tidak jelas, bercampur aduk dan banyak yang syubhat (samar-samar, tidak jelas hukumnya).

Menghadapi kasus seperti itu maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya makanan olahan yang telah tersentuh teknologi dan telah diolah sedemikian rupa statusnya menjadi samar (syubhat), sehingga dapat dibuktikan statusnya sebagai halal atau haram. Penentuan ini dilakukan oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia berdasarkan kajian dan audit (pemeriksaan) yang dilakukan oleh LPPOM MUI.

Dalam undang-undang negara sendiri terdapat 3 regulasi tentang halal:

1. **UU RI No.7 Tahun 1996** (Tentang Pangan) dimana dalam **Pasal 30** :
 - a. Wajib mencantumkan label.
 - b. Isi Label mencakup: nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat atau isi bersih, nama dan alamat produsen, keterangan tentang halal, tanggal dan bulan kadaluarsa.
2. Peraturan **Pemerintah No.69 Tahun 1999** : Definisi pangan halal (pasal 1 ayat 5) adalah Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.
3. **Joint FAO/WHO Food Standards Programme Codex Alimentarius Commission CAC/GL 24-1997 1**: yaitu salah satu organisasi dunia yang mengatur tentang Term of 'Halal'. Seperti yang termaktub dalam **Al Qur'an, Surat HR Bukhari** yang artinya, "Siapa yang menahan diri memakan makanan haram Allah akan selalu menolongnya". Oleh karena itu mulai dari sekarang alangkah baiknya jika kita mulai menerapkan prinsip 'Halal is my life' dalam kehidupan sehari-hari (sumber : www.detikfood.com)

2.3 Pentingnya Halal

Era globalisasi banyak berpengaruh pada kehidupan seorang muslim, sadar atau tidak sadar mereka terseret ke dalam arusnya. Sehingga dijumpai banyak orang menyatakan: "Yang haram aja susah apalagi yang halal." Satu ungkapan yang menggambarkan rendahnya kondisi keimanan dan keyakinan mereka terhadap rahmat dan rizki Allah. Padahal Allah dan Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam telah menegaskan dengan sangat tandas sekali bahwa Allah akan mencukupkan rizki mereka dan tidak membebankan hal itu kepada pundak mereka. Sebagaimana dijelaskan dalam firmanNya: "Dan berapa banyak binatang yang tidak (dapat) membawa (mengurus) rizkinya sendiri. Allah-lah yang memberi rizki kepadanya dan kepadamu dan Dia Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui", (QS. 29: 60). Dan firman-Nya "Aku tidak menghendaki rezki sedikitpun dari mereka dan Aku tidak menghendaki supaya memberi Aku makan", (QS. 51:57).

Dalam dua ayat di atas jelaslah Allah sebagai pemberi rizki kepada semua makhluknya, lalu Ia mengutus Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam untuk menghalalkan yang baik-baik dan mengharamkan yang buruk dan jelek bagi manusia, sebagaimana dijelaskan dalam firman-Nya: "(Yaitu) orang-orang yang mengikut Rasul, Nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang

mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (al-Qur'an), mereka itulah orang-orang yang beruntung", (QS. 7:157).

2.3.1 Makanlah yang Baik dan Halal Saja

Setelah mengetahui yang diharamkan Allah adalah semua yang baik dan sebaliknya yang diharamkan semuanya pasti buruk, apalagi yang menjadi halangan menghindari yang haram dan hanya mengambil yang halal saja? Tinggal kita laksanakan saja perintah Allah untuk memakan yang halal dan baik dan tidak mengikuti jejak dan ajakan syeitan yang mengajak kepada keburukan dan kesengsaraan. Allah berfirman: "Hai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaithan; karena sesungguhnya syaithan adalah musuh yang nyata bagimu", (QS. 2:168).

Karena hal ini merupakan wujud syukur kita kepada Allah yang telah memberikan rizki-Nya yang luas dan banyak. Sebagaimana dijelaskan Allah dalam firman-Nya: "Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada Allah kamu menyembah", (QS. 2:172).

Apabila kita bersyukur, Allah akan menambah anugerah-Nya. Jangan sekali-kali kita ingkar terhadap nikmat Allah dan melampaui batas, sebab jika kita ingkar terhadap nikmat Allah maka kebinasaan ada di hadapan kita. Allah berfirman: "Makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Dan barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, maka sesungguhnya binasalah ia", (QS. 20:81).

2.3.2 Pentingnya Makan yang Halal dan Bahaya Makan yang Haram

Permasalahan halal dan haram sangat penting sekali bagi seorang muslim, dan ini ditunjukkan langsung dengan pengaitan Allah Subhanahu wa Ta'ala antara makanan yang baik dengan amal shalih dan ibadah. Di dalam hadits shahih yang diriwayatkan oleh Muslim dan yang lainnya, dari Abu Hurairah radhiallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Sesungguhnya Allah Ta'ala itu baik, tidak menerima kecuali yang baik, dan bahwa Allah memerintahkan kepada orang-orang mukmin dengan apa yang diperintahkan kepada para rasul dalam firman-Nya: "Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal shaleh. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan", (QS. Al-Mu'minun: 51). Dan Ia berfirman, "Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu." (Qs. al-Baqarah: 172). Kemudian beliau menyebutkan seorang laki-laki yang kusut warnanya

seperti debu mengulurkan kedua tangannya ke langit sambil berdo'a: 'Ya Rabb, Ya Rabb,' sedang makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram, ia kenyang dengan makanan yang haram, maka bagaimana mungkin orang tersebut dikabulkan permohonannya?"¹.

Dalam hadits di atas Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam menjelaskan bahwa makanan yang dimakan seseorang mempengaruhi diterima dan tidaknya amal sholeh seseorang. Hal ini tentunya cukup membuat kita memberikan perhatian yang serius dan berhati-hati dalam permasalahan ini.

Ibnu Rajab rahimahullah berkata, "Hadits ini menunjukkan bahwa amal tidak diterima dan tidak suci kecuali dengan memakan makanan yang halal. Sedangkan memakan makanan yang haram dapat merusak amal perbuatan dan membuatnya tidak diterima"². Hal ini sangat berbahaya sekali, perhatikan lagi sabda Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam yang lain: "Siapa saja hamba yang dagingnya tumbuh dari (makanan) haram maka Neraka lebih pantas baginya."³.

1. Dikeluarkan oleh Muslim dalam az-Zakaah no.1015, at-Tirmidzi dalam Tafsirul Qur'an no.2989,Ahmad dalam Baaqi Musnad al-Muktsriin no.1838, ad-Darimi dalam ar-Riqaaq no. 2717. 2. Jaami'ul'Uluum wal Hikam 1/260. 3. Bagian dari hadits yang dikeluarkan oleh at-Tirmidzi dalam at-Targhiibu wa at-Tarhiib 3/17, awalnya, "Hai Sa'd perbaikilah makananmu niscaya do'amu diterima." al-Haitsami menyebutnya dalam al-Mujama' 10/294, ia berkata,

"Diriwayatkan oleh ath-Thabrani dan pada sanadnya terdapat perawi yang saya belum mengenal mereka, adapun tambahan ini, shahih dengan banyak syahidnya dari Jabir dan Ka'b bin 'Ujrah serta Abu Bakar ash-Shiddiiq sebagaimana dalam adh-Dha'ifah 3/293, dan dikeluarkan oleh at-Tirmidzi dengan sepertinya dalam al-Jumu'ah no. 614 dari Ka'b bin 'Ujrah pada sebahagian dari hadits panjang, lafazhnya, "Sesungguhnya tidak berkembang daging yang tumbuh dari makanan yang haram kecuali Neraka yang lebih pantas baginya." Abu 'Isa berkata, "Hadits ini hasan Gharib. Dan disahkan oleh al-Albani dalam Shahih Sunan at-Tirmidzi no. 501. (pengusahamuslim.com)

2.4 Ketersediaan Makanan Halal

Ketersediaan makanan halal sekarang ini sudah cukup mudah untuk dicari atau diidentifikasi, meskipun masih ada beberapa produk yang sebagian besar dari masyarakat kita tahu bahwa itu produk yang halal tapi masalah pelabelan belum dilakukan oleh produk itu, sehingga berbagai keraguanpun muncul dari masyarakat. Hal tersebut mungkin saja akan berdampak negatif bagi produsen selain menyulitkan konsumen untuk memastikan apakah produk tersebut halal, aman, dan menyehatkan tentunya. Ketua Dewan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) menilai bahwa makanan halal di Indonesia masih sukar dicari karena tidak tertibnya masalah pelabelan meskipun sudah ditetapkan melalui undang undang.

Bila dibandingkan dengan negara tetangga, Thailand, Indonesia masih berada di bawahnya padahal jumlah muslim di sana jauh di bawah Indonesia. Di Thailand masyarakat bisa mendapatkan makanan halal di mana saja karena di setiap tempat yang menjual produk makanan tersebut kita bisa membaca label halal yang begitu jelas. Jika kita pergi ke pasar, biasanya ada penjual daging halal yang disembelih secara syar'i. Jika kita ingin makan di warung halal sekalipun, kita cukup mencari masjid yang terdekat. Biasanya di dekat masjid ada perkampungan muslim dan juga penjual makanan halal. Di mall-mall sekalipun biasanya kita dapat menemukan rumah makan halal. Dan salah satu hal yang membuat muslim di Thailand merasa aman akan ketersediaan makanan halal adalah adanya badan sertifikasi halal yang sangat kuat. Dengan mengakses www.halal.or.th saja kita sudah dapat menemukan list produk dan restoran halal yang ada di Thailand. Bahkan produk-produk kemasan yang ada di supermarket pun sudah banyak yang bersertifikat halal yang dikeluarkan oleh badan tersebut. Sehingga muslim di Thailand dapat dengan leluasa memilih mana yang bisa dimakan dan tidak. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, mencari makanan yang jelas halal dilihat dari labelnya di Indonesia haruslah menjadi sangat gampang, yang berarti produsen makanan harus disiplin dalam mencantumkan keterangan mengenai bahan dari produk tersebut.

2.5 Kesadaran akan Produk Halal

Permintaan masyarakat akan produk halal semakin meningkat sekaligus menjanjikan bagi produsen halal. Hal ini dipengaruhi makin tingginya kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi produk halal. Sebenarnya apa yang membuat produk halal lebih unggul dan kian diminati? Berdasarkan survey yang dilakukan oleh tim riset halalmui.org terungkap bahwa tingkat kesadaran masyarakat Indonesia akan produk halal meningkat sangat signifikan. Jika pada tahun 2009 tingkat kepedulian masyarakat terhadap kehalalan produk hanya berkisar 70%, pada akhir 2010 angka tersebut melonjak menjadi sekitar 92.2%.

Peningkatan tersebut selaras dengan kiprah LPPOM MUI selama ini yang juga semakin meningkat. Terhitung dalam kurun tahun 2005 sampai 2010, LPPOM MUI telah mensertifikasi sebanyak 75.514 produk, baik produk lokal maupun produk impor. Jika dibandingkan pada tahun 2009 produk yang telah disertifikasi halal yaitu sebanyak 10.550 produk sedangkan tahun 2010 mencapai 21.837 produk, sehingga mendongkrak pencapaian hingga 100%.

Di luar negeri kampanye halal pun telah dilakukan oleh sejumlah negara, termasuk yang memiliki penduduk muslim minoritas. Kecenderungan tersebut tampak pada beberapa negara di Eropa seperti Inggris, Perancis, serta Amerika. Bahkan menurut Hakimul Ikhwan, di London yang merupakan

pengamat masalah Islam di Inggris, 'halal' telah menjadi 'ikon' publisitas makanan yang sangat efektif di negara tersebut.

Bagi umat Islam, mengkonsumsi yang halal dan thayib (baik, aman, higienis) merupakan perwujudan dari ketaatan dan ketaqwaan kepada Allah. Oleh karena itu bagi konsumen muslim, keuntungan sertifikasi halal jelas untuk keamanan dan ketenangan batin. Selain itu produk dengan sertifikasi halal tentunya halal juga memiliki nilai-nilai unggul lainnya, hingga diminati tak hanya konsumen muslim tetapi juga non muslim di seluruh dunia.

Dalam proses sertifikasi, pemeriksaan produk halal memang harus melibatkan para ulama untuk mengetahui halal dan non halalnya dari sisi syariah. Namun, setelah produk tersebut beredar di pasaran, urusannya bukan lagi karena alasan agama tetapi juga pertimbangan kualitas dan kesehatan. Sebab produk yang telah diproses sesuai syariah Islam ini telah terbukti secara ilmiah menciptakan produk yang berkualitas dan baik untuk kesehatan karena harus diproduksi dan diolah sesuai standar tertentu.

Misalkan saja dalam proses penyembelihan hewan secara Islami yang dalam prosesnya harus memotong saluran esophagus, trachea dan pembuluh darah dalam sekali tebasan. Ini memungkinkan agar darah yang keluar bisa maksimal. Darah yang tertahan dalam tubuh binatang merupakan media yang baik untuk tumbuh suburnya bakteri sehingga tidak menyehatkan.

Di kalangan produsen juga sertifikasi halal memiliki nilai tambah yaitu menawarkan sesuatu yang beda dibanding produk sejenis lainnya, karena produk yang ditawarkan telah terjamin kehalalannya. Produk ini bahkan bisa diterima oleh kaum muslim diseluruh dunia sehingga menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Apalagi saat ini terdapat 1,4 miliar penduduk muslim dan jutaan konsumen non muslim lainnya yang memilih untuk mengkonsumsi produk halal.

Di negara mayoritas Muslim ini, sosialisasi diperlukan kepada setiap perusahaan akan pentingnya sertifikasi halal, juga kemudian melakukan audit terhadap sertifikasi itu. Kemudian melakukan pembinaan, supaya tidak melakukan kesalahan dalam proses sertifikasi. Tentu menjadi harapan bagi semua, artinya konsisten dalam pelaksanaannya.

LPPOM MUI memiliki Kelebihan standar sertifikasi. Menurut Lukman, kelebihan dalam proses sertifikasi ini antara lain, kehati-hatian (ikhtiati). Dalam pengambilan pendapat, dilakukan secara hati-hati. Kedua, menghindari perbedaan (murooatul khilaf). Ketiga, Implementable, yakni bisa di implementsikan di perusahaan karena menerima pendapat science (scientific approach). Ke depan, LPPOM MUI harus konsisten berkoordinasi dengan BPPOM. Semua produk harus halal dan thoyyiban. Sebelum mengajukan sertifikasi halal, perusahaan harus ke BPPOM terlebih dahulu untuk sertifikasi thoyyib-nya/sisi kesehatannya. (www.salibi.com)

2.6 Theory of Planned Behaviour

Theory of Planned Behaviour (TPB) adalah perluasan dari Theory of Reason Action (TRA) yang perlu dibuat karena keterbatasan dari model asli yang berkaitan dengan perilaku di mana orang tidak memiliki kontrol penuh (Ajzen 1991). Faktor utama dalam TPB adalah niat individu untuk melakukan perilaku yang diberikan. TPB berhubungan dengan minat berperilaku dengan attitude (sikap), subjective norms, and perceived behavioural control (persepsi pengendalian perilaku). Konstruk ini ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu (Chau dah Hu, 2002). Dengan kata lain, dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku tidak hanya ditentukan oleh sikap dan norma subyektif semata, tetapi juga persepsi individu terhadap kontrol yang dapat dilakukannya yang bersumber pada keyakinan terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*).

Untuk memprediksi perilaku – ketika seorang individu tidak memiliki kontrol kemauan diri sendiri secara penuh – Ajzen (1987) mengajukan “*theory of planned behavior*”. Menurut Ajzen (1988), perilaku seseorang tergantung pada niat berperilaku (*behavioral intention*) yang terdiri dari tiga komponen, yaitu: sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan pengendalian perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Variabel sikap dan norma subjektif ada dalam “*theory of reasoned action*”,

sedangkan variabel ketiga muncul dalam “*theory of planned behavior*” (East, 1997).

Theory of planned behavior merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku individu ketika individu tersebut tidak memiliki kontrol kemauan sendiri secara penuh. Artinya, individu tersebut memiliki halangan/hambatan sehingga perilakunya tidak bisa semaunya sendiri. Misalnya, seorang wanita ingin berbelanja daging, tetapi suaminya yang vegetarian lebih suka istrinya berbelanja sayuran saja, atau sayuran lebih menyehatkan dari pada daging dalam frekuensi yang besar. Berikut ini adalah variabel yang terdapat pada *Theory of planned behavior* :

2.6.1 Sikap

Sikap adalah faktor pendahulu dari niat berperilaku. Sifat merupakan suatu perasaan yang bersifat suka/tidak suka terhadap suatu objek/tindakan (Ajzen & Fishbein, 1980). Menurut East (1997), sikap adalah sebuah respon evaluatif terhadap sebuah konsep. Sikap positif terhadap perilaku terjadi bila individu tersebut mempersepsikan bahwa akibat yang dilakukan oleh perilaku tersebut bersifat positif. Sebaliknya, apabila individu memandang bahwa akibat dari suatu perilaku adalah suatu hal yang merugikan/negatif maka sikap negatif akan melekat pada individu tersebut.

Fishbein & Ajzen berpendapat bahwa sikap seseorang terhadap perilaku tertentu didasarkan pada sekumpulan pasangan keyakinan (*belief-*

evaluation). Sikap merupakan fungsi perilaku, termasuk keyakinan perilaku (*behavioral belief*) seseorang dan evaluasi terhadap konsekuensinya. Sikap yang dipelajari dari pengalaman langsung biasanya lebih mampu memprediksi perilaku di masa yang akan datang daripada sikap yang dipelajari dari pengalaman tidak-langsung (East, 1997).

2.6.2 Norma Subjektif

Ajzen dan Fishbein dalam “*theory of reasoned action*” menyatakan bahwa norma subjektif adalah determinan dari niat/kehendak berperilaku. Norma adalah suatu konvensi sosial yang mengatur kehidupan manusia. Norma subjektif adalah suatu fungsi keyakinan individu dalam hal menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tertentu (Refiana, 2002). Untuk menyetujui/tidak menyetujui suatu perilaku, kondisi tersebut didasari oleh suatu keyakinan yang dinamakan dengan keyakinan normatif. Dengan demikian, faktor lingkungan keluarga (ayah, ibu, saudara) merupakan orang yang dapat mempengaruhi tindakan individu. Seorang individu akan melakukan/berperilaku tertentu apabila persepsi orang lain terhadap perilaku tersebut bersifat positif. Artinya, orang lain mempersepsikan bahwa perilaku individu tersebut diperbolehkan/sebaiknya dilakukan.

Dalam dunia yang semakin terintegrasi (karena kemajuan teknologi komunikasi), orang lain tersebut mungkin tidak hanya berasal dari lingkungan keluarga, tetapi juga teman atau bahkan para tokoh/orang-orang penting yang

diidolakan oleh konsumen atau yang perkataan/perbuatannya merupakan patron perilaku konsumen. Perilaku tokoh tersebut merupakan cetak biru bagi perilaku konsumen dalam memilih produk makanan dan minuman halal sebagai produk yang baik untuk mereka konsumsi.

Norma subjektif merupakan persepsi yang bersifat individual terhadap tekanan sosial untuk melakukan/tidak melakukan perilaku tertentu. Norma subjektif dapat ditentukan dan diukur sebagai suatu kumpulan keyakinan normatif mengenai kesetujuan/ketidaksetujuan acuan yang signifikan terhadap suatu perilaku (Refiana, 2002). Jadi, apabila orang-orang yang ada disekitar konsumen memiliki secara normatif bisa menerima kehadiran produk halal maka konsumen tersebut juga bisa menerima produk-produk makanan dan minuman yang halal yang dikemas dalam kaleng.

2.6.3 Pengendalian Perilaku yang Dirasakan dan Keyakinan Pengendalian

“Pengendalian perilaku yang dirasakan” merupakan fungsi dari keyakinan pengendalian (*control belief*) dan pencapaian faktor pengendalian (*access to the control factor*). Yang termasuk faktor pengendalian adalah: faktor internal (seperti: keahlian, kemampuan, informasi, emosi) dan faktor eksternal (misal: situasi/lingkungan). “pengendalian perilaku yang dirasakan” mengindikasikan bahwa motivasi individu dipengaruhi oleh persepsi seberapa sulit perilaku “A” dapat dilakukan, termasuk didalamnya sampai dimana keberhasilan yang mungkin akan dicapai individu tersebut bila berperilaku “A”

(Refiana, 2002). Contoh riilnya: seberapa sulit seorang konsumen bisa mendapatkan produk makanan dan minuman yang halal dalam kaleng, apakah faktor ketersediaan toko yang dikunjungi ternyata tidak menyediakan produk yang sedang dicari atau mungkin karena faktor harga. Selanjutnya jika sudah membeli produk dalam kaleng tersebut apakah lebih banyak manfaatnya jika dibandingkan produk yang tidak dalam kaleng dan sebagainya.

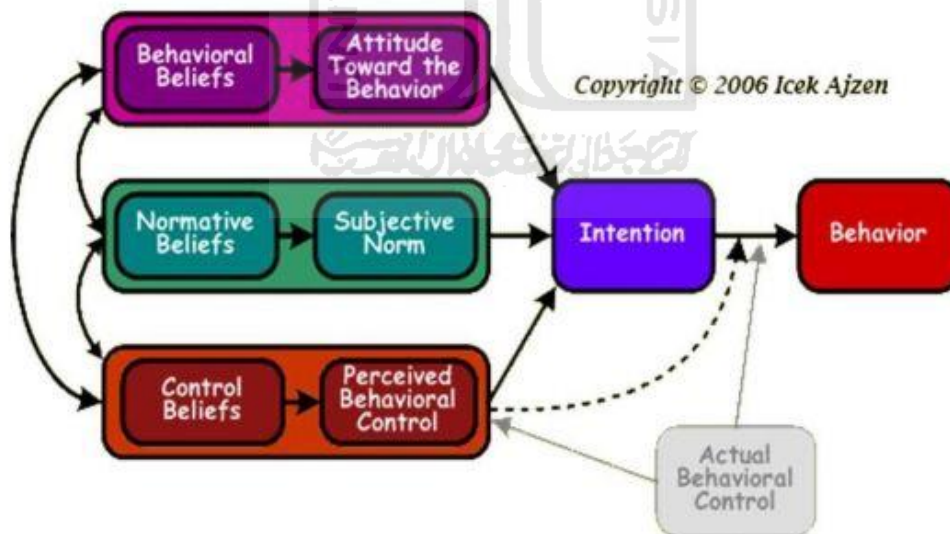
Seperti yang diasumsikan Fishbein dan Ajzen individu biasanya cukup rasional dan mampu menggunakan informasi yang mereka miliki secara sistematis. Jadi, apabila individu merasa dia tidak memiliki sumber daya/kesempatan untuk melakukan sesuatu, maka individu tersebut tidak akan melakukan perilaku yang memerlukan sumber daya tersebut (bahkan dalam situasi dimana individu memiliki sikap positif dan norma subyektif yang menyetujui perilaku tersebut). Studi yang dilakukan Bandura (dalam East, 1997) menyatakan bahwa *self-efficacy* (sinonim dengan “pengendalian perilaku yang dirasakan” Ajzen) “*concerned with judgements of how well one can execute a course of action required to deal with prospective situations*”. “Pengendalian perilaku yang dirasakan” adalah prediktor yang nyata terhadap niat/kehendak berperilaku (East, 1997).

2.7 Kerangka Teoritis dan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan di atas maka peneliti dapat membangun hipotesis yang digunakan untuk penelitian sebagai berikut :

1. Ada pengaruh positif antara sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli produk makanan dan minuman halal dalam kaleng.
2. Secara individu masing-masing variabel sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian seorang konsumen mempengaruhi minat beli terhadap produk halal dalam kaleng.

Theory Of Planned Behavior (Gambar 2.1)



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada penduduk Yogyakarta kota. Dan yang akan menjadi tempat penelitiannya adalah beberapa kecamatan dari kotamadya tersebut. Kodya Yogyakarta terdiri dari 14 kecamatan, antara lain Kecamatan Mantrijeron, Keraton, Mergangsan, Ngampilan, Pakualaman, Gondokusuman, Wirobrajan, Gondomanan, Tegalrejo, Jetis, Danurejan, Umbulharjo, Kotagede, Dan Gedongtengen.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua. Variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini adalah : Sikap (Attitude), Norma subyektif (Subjective Norms), dan Keyakinan Pengendalian (Control Beliefe). Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah minat beli.

Atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih produk halal meliputi :

1. Efek bagi kesehatan
2. Keamanan kemasan produk
3. Logo halal MUI

4. Mudah diperoleh
5. Kepraktisan produk

Referensi yang dianggap mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk makanan dan minuman halal dalam kaleng meliputi :

1. Keluarga (orang tua/suami/istri/kakak/adik)
2. Teman dekat (sahabat/pacar)
3. Pemuka agama
4. Pakar atau orang penting di sekitar (ahli kesehatan/dokter)

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.3.1 Sikap (Attitude)

Sikap adalah faktor pendahulu dari niat berperilaku. Sikap merupakan suatu perasaan yang bersifat suka/tidak suka terhadap suatu objek/tindakan (Ajzen & Fishbein, 1980). Adapun sikap konsumen ditentukan oleh keyakinan bahwa perilaku menyebabkan akibat tertentu dan atau evaluasi pada akibat perilaku.

1. Keyakinan
 - a) Saya yakin produk halal dalam kaleng tidak berpengaruh buruk pada kesehatan.

- b) Saya yakin produk yang dikemas dalam kaleng aman.
- c) Saya yakin produk dalam kaleng dengan logo halal MUI pasti ada jaminan kehalalannya.
- d) Saya yakin produk makanan dan minuman halal dalam kaleng mudah untuk diperoleh.
- e) Saya menyukai kepraktisan produk makanan dan minuman halal dalam kaleng.

2. Evaluasi

- a) Saya rasa produk dalam kaleng tidak berpengaruh buruk pada kesehatan.
- b) Saya rasa produk yang dikemas dalam kaleng itu bagus, karena aman.
- c) Saya rasa produk dalam kaleng dengan logo halal MUI pasti ada jaminan kehalalannya.
- d) Saya rasa produk makanan dan minuman halal dalam kaleng mudah untuk diperoleh.
- e) Saya rasa saya menyukai kepraktisan produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng.

3.3.2 Norma Subyektif (Subjective Norms)

Norma subjektif adalah suatu fungsi keyakinan individu dalam hal menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tertentu (Refiana, 2002). Untuk menyetujui/tidak menyetujui suatu perilaku, kondisi tersebut didasari oleh suatu

keyakinan yang dinamakan dengan keyakinan normatif. Sementara norma subyektif dapat dipengaruhi langsung oleh keyakinan konsumen bahwa referen tertentu berpikir konsumen akan atau tidak akan melakukan perilaku tertentu dan atau motivasi untuk menuruti referen tertentu.

1. Keyakinan Normatif

- a) Keluarga saya memberi saran kepada saya untuk membeli makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng
- b) Teman-teman saya memberi saran kepada saya untuk membeli makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng.
- c) Para pemuka agama, menyarankan untuk mengkonsumsi produk halal, dalam hal ini makanan dan minuman halal dalam kaleng.
- d) Orang-orang penting disekitar saya menyarankan saya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman halal dalam kaleng.

2. Motivasi

- a) Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena ingin menuruti saran keluarga saya.
- b) Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena ingin menuruti saran teman-teman saya.

- c) Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena ingin menuruti saran para pemuka agama saya.
- d) Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena ingin menuruti saran orang-orang penting di sekitar saya.

3.3.3 Persepsi Pengendalian Perilaku (Perceive Behavioral Control)

Persepsi pengendalian perilaku merupakan fungsi dari keyakinan pengendalian (*control belief*) dan pencapaian faktor pengendalian (*access to the control factor*). Yang termasuk faktor pengendalian adalah: faktor internal (seperti: keahlian, kemampuan, informasi, emosi) dan faktor eksternal (misal: situasi/lingkungan).

1. Control believe (Keyakinan Pengendalian)

- a) Tidak ada halangan bagi saya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal dalam kemasan kaleng.
- b) Saya mengetahui pengetahuan tentang keamanan makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng.
- c) Dengan memilih makanan dan minuman dalam kemasan kaleng yang halal (dengan logo halal dari MUI) mencerminkan sikap seorang muslimin.

- d) Produk makanan dan minuman halal dalam kaleng tersedia dibanyak supermarket sekitar tempat tinggal saya.

3.3.4 Minat Beli

Niat atau minat untuk melakukan perilaku (Intention) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu pekerjaan atau suatu pola perilaku sikap konsumen mengenai pembelian di masa depan.

- a) Dalam waktu dua minggu ke depan saya berniat untuk membeli produk yang halal dalam kemasan kaleng.
- b) Saya akan selalu membeli produk makanan dan minuman yang halal, termasuk yang dikemas dalam kaleng.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang langsung diperoleh langsung dari pihak pertama. Untuk memperoleh data ini digunakan metode kuesioner. Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah data khusus yang berupa jawaban dari responden atas pertanyaan peneliti.

Peneliti akan mendatangi responden, yaitu para konsumen makanan dan minuman halal dalam kaleng kemudian membagikan angket kepada mereka. Indikator pernyataan dapat dilihat pada bagian (definisi operasional

variabel). Teknik penentuan skala kuesioner ini terdiri dari sejumlah pertanyaan maupun pernyataan dan telah disediakan alternatif jawaban. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari tujuh bagian :

1. Bagian I : Identitas konsumen
2. Bagian II : Berisi pernyataan yang berkaitan dengan keyakinan/kepercayaan bahwa produk memiliki atribut-atribut tertentu (atribut dapat dilihat pada variabel penelitian).
3. Bagian III : Evaluasi mengenai atribut tertentu (atribut dapat dilihat pada variabel penelitian).
4. Bagian IV : Keyakinan normatif bahwa referen menginginkan subyek sikap (responden) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (referen yang berpengaruh dapat dilihat pada variabel penelitian).
5. Bagian V : Motivasi untuk menuruti anjuran referen (referen yang berpengaruh dapat dilihat pada variabel penelitian).
6. Bagian VI : Berisi pernyataan tentang keyakinan pengendalian, yaitu keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilaksanakan.
7. Bagian VII : Minat beli terhadap produk.

Agar jawaban responden dapat dianalisis akan digunakan skala interval yang berupa skala likert, skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau jasa. Di mana pada skala ini memungkinkan responden untuk

mengekspresikan intensitas dari perasaan mereka, dalam arti mengharuskan responden responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian peringatan mengenai objek stimulus (Malhotra, 2005), dalam hal ini digunakan skala 5 tingkat likert, di mana:

- a) Nilai 5 diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b) Nilai 4 diberikan untuk jawaban Setuju (S)
- c) Nilai 3 diberikan untuk jawaban Cukup Setuju (CS)
- d) Nilai 2 diberikan untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e) Nilai 1 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.4.2 Uji Validitas (Keshahihan)

Validitas diartikan sebagai proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, semakin kecil varians kesalahan, semakin valid alat ukurnya. Uji validitas wajib dilakukan oleh setiap peneliti agar dapat diperoleh butir-butir pertanyaan yang sesuai dan dapat dipercaya untuk mengukur suatu konsep.

Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode korelasi Pearson (*Pearson correlation*). Dengan menetapkan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, maka suatu butir pertanyaan dapat dikatakan

valid jika $\text{sig} < 0,05$.

3.4.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diartikan sebagai proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama (konsisten) jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama, semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya. Uji reliabilitas wajib dilakukan oleh setiap peneliti agar dapat diperoleh butir-butir pertanyaan yang dapat diandalkan.

Salah satu cara untuk menentukan reliabilitas suatu butir pertanyaan adalah dengan menggunakan koefisien alfa (*alpha cronbach*). Koefisien alfa merupakan rata-rata seluruh koefisien paruh bagian (*splithalf*) yang berasal dari cara pembagian item-skala yang berbeda.

Koefisien ini beragam antara 0 hingga 1 dan sebuah nilai 0,6 atau kurang secara umum mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan (Malhotra, 2005). Semakin besar nilai alfa (mendekati angka 1), maka semakin tinggi pula tingkat reliabilitasnya. Oleh karena itu, suatu butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alfa lebih besar dari 0,6.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Dalam penelitian ini populasinya adalah warga kota Yogyakarta yang mudah ditemui, baik mereka yang pernah maupun belum pernah membeli

produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng. Penelitian akan dilakukan pada masyarakat yang mudah ditemui di dua dari 14 kecamatan yang ada di wilayah Kodya Yogyakarta, yaitu kecamatan Jetis dan Gondokusuman.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili seluruh populasi. Dalam aplikasi riset pemasaran, digunakan berbagai teknik pengambilan sampel. Dengan menggunakan sampel dimaksudkan agar menekan biaya yang tinggi dalam penelitian serta agar diperoleh hasil yang akurat.

Pada penelitian ini yang digunakan adalah metode non probability sampling yaitu dengan metode convenience sampling. Convenience sampling yaitu prosedur untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti dalam hal ini dengan memberikan angket kepada sampel konsumen yang mudah ditemui dari kriteria populasi diatas.

Penentuan sampel menggunakan rumus (Budiyuwono, 1993):

$$n = \left[\frac{z \times \sigma}{E} \right]^2$$

$$\text{Jadi perhitungannya : } n = \left[\frac{1,96 \times 0,5}{0,1} \right]^2$$

n = 96,04. Dibulatkan menjadi 96 responden.

Dimana : n = banyaknya sampel yang diduga

Z = luas kurva normal standar

σ = standar deviasi

E = tingkat kesalahan yang diterima

Dengan demikian penelitian akan menggunakan 96 responden.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis dengan merinci dan menjelaskan keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Data yang terkumpul dalam penelitian pemasaran misalnya adalah kuesioner, yang pada umumnya memiliki nilai yang beragam sehingga akan sulit dipahami dan kurang bermakna jika harus mengartikan tiap nilai yang diperoleh. Maka digunakan suatu nilai rata-rata yang bisa mewakili semua data kuesioner.

Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis berdasarkan data dalam tabel tersebut. Keterangan dan penjelasan ini berupa kuesioner yang di dalamnya tercantum pertanyaan tentang hal-hal yang berhubungan dengan sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian yang berhubungan dengan minat beli produk makanan dan minuman halal dalam kaleng.

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan ketergantungan suatu variabel terikat/*dependent* yang disebabkan oleh variabel bebas/*independent*. Dengan kata lain analisis ini digunakan untuk menentukan ada tidaknya pengaruh suatu atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Misalnya: ada tidaknya pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat.

Bentuk umum persamaan regresi linear berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots$$

Di mana:

Y = Minat Beli

a = koefisien konstanta.

X₁ = Sikap

X₂ = Norma Subyektif

X₃ = Keyakinan Pengendalian

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji F

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Maka digunakan uji F untuk menguji keberartian koefisien regresi secara keseluruhan dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis operasional :

Ho = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Ha = ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2. Menetapkan taraf signifikansi dan kriteria pengujian:

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

Ho diterima jika $P \geq \alpha$.

Ho ditolak jika $P < \alpha$.

3. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS sehingga diperoleh nilai hitung.

4. Kesimpulan:

Dibuat dengan cara membandingkan hasil perhitungan pada langkah 3 dengan 2.

3.7.2 Uji t

Uji ini bertujuan untuk menguji variabel-variabel independen (X) secara individu terhadap variabel dependen (Y). Uji t untuk menguji keberartian koefisien regresi parsial dengan menggunakan rumusan hipotesis sebagai berikut :

1. H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara individu terhadap variabel terikat (Y).

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara individu terhadap variabel terikat (Y).

2. Menetapkan taraf signifikansi dan kriteria pengujian:

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

H_0 diterima jika $P \geq \alpha$.

H_0 ditolak jika $P < \alpha$.

3. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS sehingga diperoleh nilai hitung.

4. Kesimpulan:

Dibuat dengan cara membandingkan hasil perhitungan pada langkah 3 dengan 2.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan agar model yang diperoleh benar benar telah memenuhi asumsi-asumsi yang mendasari regresi, yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinieritas.

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasanya merupakan regresi yang menghasilkan estimator linier, tidak bisa yang terbaik.

Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang bisa disebut asumsi klasik (Ghozali, 2005). Penjelasan dari masing-masing uji asumsi klasik adalah sebagai berikut :

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar, menurut Gujarati dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat, menurut Rietveld dan Sunaryanto (dalam buku Sudarmanto, 2005). Pendekatan yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu rank korelasi dari Spearman, menurut Gujarati (dalam buku Sudarmanto, 2005). Prosedur pengujian dinyatakan sebagai berikut :

a) Menentukan hipotesis operasional :

H_0 = tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda.

H_a = ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda.

b) Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis.

H_0 diterima jika koefisien signifikansi $>$ alpha 5%.

H_0 ditolak jika koefisien signifikansi $<$ alpha 5%.

- c) Melakukan pengujian nilai koefisien signifikansi dengan menggunakan program SPSS.
- d) Membuat kesimpulan berdasarkan hasil nomor 2 dan 3.

2. Uji Normalitas

Suatu penelitian yang melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t dan atau uji-F, ... menuntut suatu asumsi yang harus diuji, yaitu populasi harus berdistribusi normal, menurut Putrawan (dalam buku Sudarmanto, 2005). Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Alat uji ini biasa disebut dengan K-S yang tersedia dalam program SPSS. Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a) Menentukan hipotesis operasional :
 - Ho = data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 - Ha = data tidak berasal dari populasi berdistribusi normal.
- b) Menentukan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*
- c) Ho diterima jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > alpha 5%.
 - Ho ditolak jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > alpha 5%.
- d) Melakukan pengujian nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* dengan menggunakan program SPSS.
- e) Membuat kesimpulan berdasar hasil nomor 2 dan 3.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota seri observasi yang disusun menurut urutan waktu (seperti data *time series*) atau urutan tempat/ruang (data *cross section*), atau korelasi yang timbul dari dirinya sendiri, menurut Sugiarto (dalam buku Sudarmanto, 2005). Berdasarkan konsep tersebut, maka uji asumsi tentang autokorelasi sangat penting untuk dilakukan tidak hanya pada data yang bersifat *time series* saja, akan tetapi semua data (independen variabel) perlu diuji terlebih dahulu autokorelasinya apabila akan dianalisis dengan regresi linier ganda (Sudarmanto, 2005). Prosedur pengujian sebagai berikut :

a) Menentukan hipotesis operasional :

H_0 = tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.

H_a = terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.

b) Menentukan nilai statistik *Durbin-Watson* :

H_0 diterima jika nilai statistik diantara -2 dan +2

H_0 ditolak jika nilai statistik di luar antara -2 dan +2.

c) Melakukan pengujian nilai statistik dengan program SPSS.

d) Membuat kesimpulan berdasarkan nomor 2 dan 3.

4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam

suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan terhadap variabel independen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Sujarweni, 2007).

Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut :

a) Menentukan hipotesis operasional :

Ho = tidak ada multikolinieritas antara variabel independen.

Ha = ada multikolinieritas antara variabel independen.

b) Menentukan nilai VIF dan nilai tolerance :

Ho diterima jika $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$

Ha diterima jika $VIF \geq 10$ dan $tolerance \leq 0,1$

Ho ditolak jika nilai statistik di luar antara -2 dan +2.

c) Melakukan pengujian nilai statistik dengan program SPSS.

d) Membuat kesimpulan berdasarkan nomor 2 dan 3.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan membahas tentang data yang diperoleh melalui kuesioner terhadap 96 responden, kemudian dilakukan analisis data. Analisis data meliputi analisis deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif meliputi gambaran penilaian responden pada variabel penelitian. Sedangkan analisis statistik menggunakan regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan hasil yang bias.

4.1 Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Untuk mengukur validitas butir-butir pertanyaan digunakan metode korelasi Pearson (*Pearson correlation*). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson dengan nilai r *product moment tabel*. Pada $\alpha = 5\%$ dan $n = 30$, nilai r *product moment tabel* = 0,361. Suatu butir pertanyaan dapat dikatakan valid jika nilai *Pearson correlation* > r tabel. Pengujian juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *significance* pada hasil uji validitas dengan taraf signifikansi (α) yang ditetapkan. Dengan $\alpha = 5\%$, maka suatu butir pertanyaan dapat dikatakan valid jika $\text{sig} < 0,05$. Hasil uji validitas pada setiap pertanyaan dapat dilihat pada tabel 4.1 :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Butir | Pearson Correlation | Sig. | Keterangan |
|------------------------|--------------|----------------------------|-------------|-------------------|
| Keyakinan | 1. | 0,739 | 0,000 | Valid |
| | 2. | 0,786 | 0,000 | Valid |
| | 3. | 0,825 | 0,000 | Valid |
| | 4. | 0,852 | 0,000 | Valid |
| | 5. | 0,833 | 0,000 | Valid |
| Evaluasi | 1. | 0,844 | 0,000 | Valid |
| | 2. | 0,908 | 0,000 | Valid |
| | 3. | 0,760 | 0,000 | Valid |
| | 4. | 0,789 | 0,000 | Valid |
| | 5. | 0,882 | 0,000 | Valid |
| Keyakinan Normatif | 1. | 0,864 | 0,000 | Valid |
| | 2. | 0,771 | 0,000 | Valid |
| | 3. | 0,868 | 0,000 | Valid |
| | 4. | 0,890 | 0,000 | Valid |
| Motivasi | 1. | 0,847 | 0,000 | Valid |
| | 2. | 0,834 | 0,000 | Valid |
| | 3. | 0,876 | 0,000 | Valid |
| | 4. | 0,916 | 0,000 | Valid |
| Keyakinan Pengendalian | 1. | 0,770 | 0,000 | Valid |
| | 2. | 0,800 | 0,000 | Valid |
| | 3. | 0,802 | 0,000 | Valid |
| | 4. | 0,913 | 0,000 | Valid |
| Minat Beli | 1. | 0,917 | 0,000 | Valid |
| | 2. | 0,899 | 0,000 | Valid |

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa nilai *significance* yang dihitung dengan bantuan SPSS 17.0 pada seluruh item pertanyaan nilainya lebih kecil dari 5% ($\text{sig} < 0,05$). Dengan demikian seluruh butir pertanyaan ini dinyatakan valid.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jika dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang relatif sama (konsisten). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alfa (*alpha cronbach*). Koefisien ini beragam antara 0 hingga 1 dan sebuah butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien alfa lebih besar dari 0,6 (Malhotra, 2005).

Uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.2 :

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Alpha Cronbach | Keterangan |
|----|------------------------|----------------|------------|
| 1. | Keyakinan | 0,865 | Reliabel |
| 2. | Evaluasi | 0,889 | Reliabel |
| 3. | Keyakinan Normatif | 0,865 | Reliabel |
| 4. | Motivasi | 0,888 | Reliabel |
| 5. | Keyakinan Pengendalian | 0,836 | Reliabel |
| 6. | Minat Beli | 0,785 | Reliabel |

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,60, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian dinyatakan reliabel (andal).

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah gambaran data berdasarkan hasil yang diperoleh untuk mengetahui tingkat penilaian dari responden. Pada bagian ini akan dideskripsikan mengenai tanggapan responden dari masing-masing variabel yaitu sikap, norma subyektif, keyakinan pengendalian, dan minat beli. Tanggapan ini berguna untuk mengetahui gambaran sebenarnya tentang seberapa besar penilaian mereka tentang produk halal yang dikemas dalam kaleng. Untuk mendeskripsikan tanggapan responden terhadap variabel penelitian, terlebih dahulu akan dilakukan penentuan kelas intervalnya.

Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

(<http://chikolah.blogspot.com>)

1. Menentukan jangkauan (J)

$$J = \text{Datum terbesar} - \text{Datum terkecil}$$

Dalam penelitian ini, datum terbesarnya adalah 5 dan datum terkecilnya adalah 1, sehingga perhitungannya adalah $5 - 1 = 4$.

2. Menentukan banyaknya interval kelas (k)

Dalam penelitian ini banyaknya kelas interval (k) telah diketahui dengan melihat skala likertnya yaitu 5.

3. Menentukan panjang interval kelas (c)

$$c = \frac{J}{k}, \text{ maka } \frac{4}{5} = 0,80.$$

4. Menentukan kelas pertama, kedua, ketiga, keempat, dan kelima

a) Panjang interval kelas pertama = $1,00 - 1,80$

- b) Panjang interval kelas kedua = 1,81 – 2,60
- c) Panjang interval kelas ketiga = 2,61 – 3,40
- d) Panjang interval kelas keempat = 3,41 – 4,20
- e) Panjang interval kelas kelima = 4,21 – 5,00

Hasil rekapitulasi tanggapan responden tentang variabel-variabel penelitian adalah sebagai berikut :

4.2.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Sikap

Tabel 4.3
Variabel Sikap

| Tanggapan Responden | Frekuensi | Prosentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0 |
| Tidak Setuju | 1 | 1,0 |
| Cukup Setuju | 12 | 12,5 |
| Setuju | 57 | 59,4 |
| Sangat Setuju | 26 | 27,1 |
| Total | 96 | 100 |

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, tanggapan responden terhadap variabel sikap menunjukkan bahwa 83 (86,5%) responden memberikan tanggapan setuju, yang terdiri dari 57 (59,4%) responden memberikan tanggapan setuju dan 26 (27,1%) responden memberikan tanggapan sangat setuju. Kemudian 12 (12,5%) responden memberikan tanggapan cukup setuju. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 1 (1,0%) responden , yang terdiri dari 9 (1,0%) responden memberikan tanggapan tidak setuju dan tidak ada sama sekali atau 0 (0%) responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju. Dari hasil di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju yang

berarti masyarakat memiliki sikap yang baik terhadap produk halal, khususnya produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng.

Hendaknya temuan ini bisa dijadikan referensi agar masyarakat khususnya produsen bisa menjaga konsistensi mereka dengan selalu menjaga kehalalan produk-produk yang ditawarkan agar sikap masyarakat pun juga tidak berubah-ubah dan akan selalu terbentuk sikap yang positif karena kehalalan produk bisa dipercaya atau tidak meragukan.

4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Norma Subyektif

Tabel 4.4
Variabel Norma Subyektif

| Tanggapan Responden | Variabel | Prosentasi (%) |
|----------------------------|-----------------|-----------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0 |
| Tidak Setuju | 30 | 31,25 |
| Cukup Setuju | 22 | 22,92 |
| Setuju | 38 | 39,58 |
| Sangat Setuju | 6 | 6,25 |
| Total | 96 | 100 |

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, tanggapan responden terhadap variabel norma subyektif menunjukkan bahwa 44 (45,83%) responden memberikan tanggapan setuju, yang terdiri dari 38 (39,58%) responden memberikan tanggapan setuju dan 6 (6,25%) responden memberikan tanggapan sangat setuju. Kemudian 38 (22,92%) responden memberikan tanggapan cukup setuju. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 30 (31,25%) responden, yang terdiri dari 30 (31,25%) responden memberikan tanggapan tidak setuju dan tidak ada sama sekali atau 0 (0%) responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan

tanggapan setuju, tetapi memiliki selisih yang sedikit dengan jawaban tidak setuju dan cukup setuju. Artinya, orang-orang yang menjadi referen belum bisa menjadi panutan yang secara nyata atau belum bisa begitu meyakinkan untuk dijadikan pertimbangan dalam memilih produk yang halal, khususnya produk makanan dan minuman yang dikemas dalam kaleng.

Dengan melihat hasil di atas hendaknya bisa dijadikan acuan agar masyarakat yang begitu dekat dalam kehidupan kita seperti orang tua dan pemuka agama benar-benar bisa menjadi contoh yang nyata dalam mengkonsumsi produk-produk halal. Dengan kata lain apabila orang-orang yang ada disekitar konsumen memiliki secara normatif bisa menerima kehadiran produk halal maka konsumen tersebut juga bisa menerima produk-produk makanan dan minuman halal termasuk yang dikemas dalam kaleng.

4.2.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keyakinan Pengendalian

Tabel 4.5
Variabel Keyakinan Pengendalian

| Tanggapan Responden | Frekuensi | Prosentase (%) |
|----------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0 |
| Tidak Setuju | 9 | 9,38 |
| Cukup Setuju | 12 | 12,5 |
| Setuju | 47 | 48,96 |
| Sangat Setuju | 28 | 29,16 |
| Total | 96 | 100 |

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, tanggapan responden terhadap variabel keyakinan pengendalian menunjukkan bahwa 75 (78,12%) responden memberikan tanggapan setuju, yang terdiri dari 47 (48,96%) responden memberikan tanggapan

setuju dan 28 (29,16%) responden memberikan tanggapan sangat setuju. Kemudian 12 (12,5%) responden memberikan tanggapan cukup setuju. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 9 (9,38%) responden, yang terdiri dari 9 (9,38%) responden memberikan tanggapan tidak setuju dan tidak ada sama atau 0 (0%) responden sekali yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju. Dengan melihat hasil penilaian responden di atas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden memberi tanggapan setuju atas sejumlah pertanyaan yang diberikan. Yang termasuk faktor pengendalian atau sumber daya adalah: faktor internal (seperti: keahlian, kemampuan, informasi, emosi) dan faktor eksternal (misal: situasi/lingkungan). Hal ini memberi arti bahwa konsumen sudah memiliki pengetahuan dan informasi yang cukup baik mengenai produk makanan dan minuman halal atau kriteria mengenai produk makanan dan minuman halal, serta mereka juga memiliki situasi atau lingkungan yang mendukung untuk melakukan perilaku tersebut, dalam hal ini minat beli terhadap produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng.

Dari hasil penilaian responden di atas menunjukkan bahwa informasi tentang produk-produk makanan dan minuman halal sudah cukup dimengerti atau dipahami oleh konsumen.

4.2.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli

Tabel 4.6
Variabel Minat Beli

| Tanggapan Responden | Frekuensi | Prosentase (%) |
|----------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0 |
| Tidak Setuju | 20 | 20,83 |
| Cukup Setuju | 21 | 21,88 |
| Setuju | 53 | 55,21 |
| Sangat Setuju | 2 | 2,08 |
| Total | 96 | 100 |

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, tanggapan responden terhadap variabel sikap menunjukkan bahwa 55 (57,29%) responden memberikan tanggapan setuju, yang terdiri dari 53 (55,21%) responden memberikan tanggapan setuju dan 2 (2,08%) responden memberikan tanggapan sangat setuju. Kemudian 21 (21,88%) responden memberikan tanggapan cukup setuju. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 9 (9,38%) responden, yang terdiri dari 20 (20,83%) responden memberikan tanggapan tidak setuju dan tidak ada sama sekali atau 0 (0%) responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju. Dari tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan setuju. Artinya konsumen antusias terhadap produk makanan dan minuman yang halal termasuk yang dikemas dalam kaleng. Hal ini bisa kita lihat karena mereka memiliki sikap yang positif terhadap produk halal serta pengetahuan atau pemahaman yang baik dalam diri konsumen.

Temuan ini hendaknya bisa dijadikan bahan pertimbangan jika orang-orang yang menjadi referen memiliki gerakan atau memberikan imbauan, dengan

kata lain bisa menjadi contoh yang nyata maka minat beli yang terbentuk terhadap produk halal pun akan semakin tinggi.

4.3 Analisis Statistik

Analisis statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli dengan menggunakan analisis regresi berganda.

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam persamaan regresi linier berganda antara lain uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinieritas.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak efisien baik dalam sampel kecil maupun besar, menurut Gujarati (dalam buku Sudarmanto, 2005) dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat menurut Rjietveld dan Sunaryo (dalam buku Sudarmanto, 2005). Pendekatan yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu *rank* korelasi dari Spearman, menurut Gujarati (dalam buku Sudarmanto, 2005). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.7 :

Tabel 4.7
Uji Heteroskedastisitas

| | | | Correlations | | | | | |
|----------------|-------------------------|-------------------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | Ab | SN | Cb | aAb | aSN | aCb |
| Spearman's rho | Ab | Correlation Coefficient | 1.000 | .009 | .091 | .099 | -.002 | .065 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .930 | .378 | .339 | .986 | .527 |
| | | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| | SN | Correlation Coefficient | .009 | 1.000 | -.082 | .203* | .071 | .184 |
| | | Sig. (2-tailed) | .930 | . | .426 | .047 | .491 | .073 |
| | | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| | Cb | Correlation Coefficient | .091 | -.082 | 1.000 | -.028 | -.017 | -.128 |
| | | Sig. (2-tailed) | .378 | .426 | . | .788 | .867 | .214 |
| | | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| aAb | Correlation Coefficient | .099 | .203* | -.028 | 1.000 | -.080 | -.083 | |
| | Sig. (2-tailed) | .339 | .047 | .788 | . | .436 | .419 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | |
| aSN | Correlation Coefficient | -.002 | .071 | -.017 | -.080 | 1.000 | .036 | |
| | Sig. (2-tailed) | .986 | .491 | .867 | .436 | . | .727 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | |
| aCb | Correlation Coefficient | .065 | .184 | -.128 | -.083 | .036 | 1.000 | |
| | Sig. (2-tailed) | .527 | .073 | .214 | .419 | .727 | . | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | |

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

Sumber : Data primer diolah, 2011

Koefisien signifikansi (nilai probabilitas) dibandingkan dengan tingkat alpha yang telah ditetapkan (5%). Apabila koefisien signifikansi (nilai probabilitas) lebih besar dari alpha yang ditetapkan (5%), maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut. Hasil analisis

heteroskedastisitas dan simpulannya berdasarkan koefisien alpha dapat dilihat pada tabel 4.8 :

Tabel 4.8
Nilai Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Keterangan | Alpha | Signifikansi |
|-------------------|--------------|---------------------|
| Ab-aAb | 0,005 | 0.339 |
| Sn-aSn | 0,005 | 0,491 |
| Cb-aCb | 0,005 | 0,214 |

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas hubungan antara variabel bebas dan residual absolutnya di atas taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 5%. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Normalitas

Suatu penelitian yang melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t dan atau uji-F, ... menuntut suatu asumsi yang harus diuji, yaitu populasi harus berdistribusi normal, menurut Putrawan (dalam buku Sudarmanto, 2005). Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Pengujian normalitas menggunakan *Asymp. Sig (2-tailed)*. Apabila nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari tingkat alpha yang ditetapkan, yaitu 5% maka dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Hasil analisis normalitas dapat dilihat pada tabel 4.9 :

Tabel 4.9
Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Standardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-----------------------|
| N | | 96 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .98408386 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .086 |
| | Positive | .046 |
| | Negative | -.086 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .846 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .472 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2tailed)* lebih besar dari alpha yang ditetapkan, yaitu $0,472 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Autokorelasi

Ada tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*. Ukuran yang digunakan untuk menyatakan ada tidaknya autokorelasi, yaitu apabila nilai statistik *Durbin-Watson* mendekati angka 2, maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dalam model regresi linear berganda dapat dilihat dengan nilai *Durbin-Watson* pada tabel 4.10 :

Tabel 4.10
Uji autokorelasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .549 ^a | .302 | .279 | .61218 | 1.507 |

a. Predictors: (Constant), Cb, Ab, SN

b. Dependent Variable: Bi

Sumber : Data primer diolah, 2011

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-Watson* adalah 1.507 sehingga nilai tersebut berada antara -2 dan +2 dan dapat disimpulkan tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi sehingga model regresi linier berganda ini dapat digunakan dalam analisis ini.

4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel 4.11 :

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas

| Variabel Bebas | Tolerance | VIF | Keterangan |
|------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Sikap | 0,996 | 1,004 | Tidak terjadi Multikolinieritas |
| Norma Subyektif | 0,990 | 1,010 | Tidak terjadi Multikolinieritas |
| Keyakinan Pengendalian | 0,989 | 1,011 | Tidak terjadi Multikolinieritas |

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian memiliki nilai VIF antara 1-10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

4.3.2 Analisis Regresi Ganda

Analisis Regresi Ganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (dalam hal ini terdiri atas sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian) terhadap variabel dependen (minat beli). Analisis yang akan dilakukan meliputi : Uji F, Koefisien Determinasi, Uji t, dan Uji Parsial.

Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12
Hasil Regresi Linier Berganda

| Model | Standardized Coeficients Beta | Sig-t | r partial |
|--------------------------|-------------------------------|-------|-----------|
| Constant B = 0,933 | | 0,042 | |
| Ab (X1) | 0,371 | 0,000 | 0,406 |
| Sn (X2) | -0,108 | 0,219 | -0,128 |
| Cb (X3) | 0,366 | 0,000 | 0,399 |
| R | 0,549 | | |
| F hitung | 13,248 (p.sig 0,000) | | |
| <i>Adjusted R Square</i> | 0,279 | | |
| | | | |

Sumber : Data primer diolah, 2011

1. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho = tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha = ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (probabilitas) yang dihasilkan dari analisis regresi berganda. Jika nilai sig < 0,05 (α yang digunakan adalah 5%) maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai sig > 0,05 (α yang digunakan adalah 5%) maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Selain itu juga dilakukan dengan menggunakan harga koefisien F. Kriteria yang digunakan adalah, akan menolak Ho jika F hitung > F tabel serta menerima Ho dan menolak Ha jika F hitung < F tabel.

Hasil uji F diperoleh signifikansi F 0,000, karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya ada pengaruh variabel independen (sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian) secara simultan terhadap variabel dependen (minat beli). Selain itu berdasarkan tabel di atas diperoleh harga koefisien F = 13,248. Sedangkan α yang ditetapkan adalah 5%. Degree of freedom yang ditampilkan yaitu $df_1 = 3$ dan $df_2 = 92$. Oleh karena itu dengan alpha 5% besarnya F tabel dapat ditentukan yaitu 2,71. Karena F hitung > F tabel, yaitu $13,248 > 2,71$ maka Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien korelasi R menunjukkan tingkat keeratan hubungan sekelompok variabel independen (X1, X2, dan X3) dengan variabel dependen (Y).

Pada tabel di atas menunjukkan angka 0,549. Angka tersebut mendekati angka 1 sehingga memiliki hubungan yang erat antara variabel independen dengan variabel dependen. Tingkat ketepatan suatu garis regresi dapat diketahui dari besar kecilnya koefisien determinasi atau R^2 (*R Square*). Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel independen secara keseluruhan dengan melihat koefisien *R Square*. Selain itu pada tabel 4.12 dapat ditampilkan *Adjusted R Square*, angka ini menunjukkan pada besarnya *R Square* yang telah disesuaikan, yaitu R^2 yang telah dibebaskan dari pengaruh derajat bebas, sehingga benar-benar menunjukkan bagaimana pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas. *Adjusted R Square* menunjukkan nilai 0,279 atau dengan kata lain sebesar 27,9 % yang menunjukkan variabel minat beli dipengaruhi oleh variabel sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Ini menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

3. Uji t

Uji t berfungsi untuk mengetahui keterandalan serta keberartian dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y signifikan atau tidak. Adapun pengujian hipotesis untuk variabel X1-X3 terhadap Y adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

- a) H_{o_1} = tidak ada pengaruh X1 terhadap variabel Y secara signifikan dan positif apabila variabel X2 dan X3 dikendalikan.
- b) H_{o_2} = tidak ada pengaruh X2 terhadap variabel Y secara signifikan dan positif apabila variabel X1 dan X3 dikendalikan.
- c) H_{o_3} = tidak ada pengaruh X3 terhadap variabel Y secara signifikan dan positif apabila variabel X1 dan X3 dikendalikan.
- d) H_{a_1} = ada pengaruh X1 terhadap variabel Y secara signifikan dan positif apabila variabel X2 dan X3 dikendalikan.
- e) H_{a_2} = ada pengaruh X2 terhadap variabel Y secara signifikan dan positif apabila variabel X1 dan X3 dikendalikan.
- f) H_{a_3} = ada pengaruh X3 terhadap variabel Y secara signifikan dan positif apabila variabel X1 dan X3 dikendalikan.

2. Kriteria Pengujian

- a) H_{o_1} = ditolak jika nilai sig < 0,05 (karena α yang digunakan 5%) dan H_{a_1} diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X1 terhadap Y.
- b) H_{o_2} = ditolak jika nilai sig < 0,05 (karena α yang digunakan 5%) dan H_{a_1} diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X2 terhadap Y.
- c) H_{o_3} = ditolak jika nilai sig < 0,05 (karena α yang digunakan 5%) dan H_{a_1} diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X3 terhadap Y.

3. Kesimpulan :

Pada variabel sikap diketahui bahwa nilai p.sig (hasil regresi) lebih kecil dari alpha, yaitu $0,000 < 0,05$. sehingga H_o ditolak dan H_a diterima, artinya variabel

sikap secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti semakin tinggi sikap konsumen terhadap produk halal dalam kaleng maka minat beli semakin meningkat.

Pada variabel norma subyektif diketahui bahwa nilai p.sig (hasil regresi) lebih besar dari alpha, yaitu $0,219 > 0,05$. sehingga H_0 gagal ditolak atau H_0 diterima, artinya variabel norma subyektif secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti norma subyektif tidak memiliki pengaruh apapun terhadap minat beli.

Pada variabel keyakinan pengendalian diketahui bahwa nilai p.sig (hasil regresi) lebih kecil dari alpha, yaitu $0,000 < 0,05$. sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel keyakinan pengendalian secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti semakin tinggi keyakinan pengendalian yang mereka rasakan maka minat beli semakin meningkat.

4. Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial diperoleh dengan menghitung kuadrat dari koefisien korelasi parsial. Penggunaan koefisien determinasi parsial dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli serta menentukan variabel manakah yang memiliki pengaruh terbesar terhadap minat beli.

Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) diketahui bahwa sikap memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 0,165 atau 16,5%. Pada variabel norma subyektif tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli. Sedangkan variabel

keyakinan pengendalian memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 0,159 atau 15,9%. Dari ketiga variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa yang memiliki pengaruh dominan adalah sikap yaitu sebesar 0,165 atau 16,5%.

4.4 Pembahasan dan Implikasi

Hasil analisis regresi linier berganda menemukan bahwa variabel sikap dan keyakinan pengendalian berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk-produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng, sedangkan norma subyektif tidak ada pengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel sikap konsumen memberikan penilaian 86,5% responden memberi tanggapan kategori setuju, yaitu jawaban setuju dan sangat setuju. Pada variabel norma subyektif memiliki hasil perolehan setuju dengan nilai 45,83%, sedangkan responden yang memberi tanggapan tidak setuju dan cukup setuju sebesar masing-masing 31,25% dan 22,92% (54,17%). Sedangkan pada variabel keyakinan pengendalian konsumen memberikan nilai 78,12% memberi tanggapan kategori setuju, yaitu jawaban setuju dan dan sangat setuju.

Hal ini disebabkan karena konsumen telah memiliki sikap yang baik terhadap produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng. Mereka meyakini bahwa produk makanan dan minuman halal dalam kaleng aman dan kehalalannya terjamin. Tetapi hal ini kurang didukung dari variabel norma subyektif yang tidak memiliki pengaruh minat beli produk-produk tersebut. Hal ini memiliki

makna bahwa kemungkinan orang-orang terdekat disekitar yang menjadi referen kurang bisa menjadi panutan atau contoh untuk melakukan suatu perilaku tertentu (dalam hal ini minat beli terhadap produk halal). Selain itu kurangnya imbauan yang mereka lakukan kepada masyarakat. Sedangkan yang berkaitan dengan keyakinan pengendalian, konsumen telah memiliki sumber daya yang diperlukan, misalnya pengetahuan dan informasi mengenai produk halal. Hal inilah yang mempengaruhi minat beli. Variabel ini memiliki peran yang penting dalam membentuk suatu perilaku, karena apabila individu merasa dia tidak memiliki sumber daya/kesempatan untuk melakukan sesuatu, maka individu tersebut tidak akan melakukan perilaku yang memerlukan sumber daya tersebut.

Implikasi dibidang pemasaran pada variabel sikap adalah karena hasil penelitian variabel sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli maka produsen dalam hal ini hendaknya tetap menjaga konsistensi dalam menjaga kualitas produk mereka agar image atau sikap positif yang telah terbentuk dimasyarakat tetap dapat dipercaya dan diharapkan produk makanan dan minuman halal khususnya yang dikemas dalam kaleng akan mendapat respon yang baik agar minat beli bisa semakin meningkat.

Implikasi dibidang pemasaran pada variabel norma subyektif adalah karena hasil penelitian variabel norma subyektif memiliki pengaruh tidak signifikan positif terhadap minat beli maka produsen hendaknya mengkomunikasikan mengedukasi produk mereka kepada masyarakat, agar keberadaan produk makanan dan minuman halal di pasar diketahui oleh masyarakat, sehingga mereka akan

mudah dalam memperoleh produk-produk tersebut dan diharapkan masyarakat merekomendasikan produk produk halal tersebut kepada orang-orang di sekitar tempat tinggal mereka. Sedangkan dari segi lingkungan hendaknya para orang tua, pemuka agama, dan tokoh penting di masyarakat memberikan pengarahan dan motivasi agar selalu berusaha mengkonsumsi produk-produk yang halal.

Implikasi pemasaran pada variabel keyakinan pengendalian adalah karena hasil penelitian variabel keyakinan pengendalian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli maka produsen dalam hal ini hendaknya selalu memberikan kemudahan masyarakat untuk mengakses keberadaan mereka, misalnya website yang berisi tentang informasi yang jelas dan benar mengenai sertifikasi halal yang mereka gunakan, proses produksi yang aman dalam artian bebas dari hal-hal yang mengandung unsur haram, dan lain-lain. Dengan demikian masyarakat benar-benar memiliki informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai produk halal tersebut sehingga diharapkan minat beli masyarakat terhadap makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng akan semakin meningkat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis regresi hasil uji F dapat diketahui bahwa ada pengaruh yang positif dari sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli produk halal dalam kemasan kaleng.
2. Sedangkan ketika dilakukan uji t hasilnya sebagai berikut :
 - a) Ada pengaruh yang signifikan secara individu atau parsial dari variabel sikap terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($\text{sig} 0,000$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b) Tidak ada pengaruh yang signifikan secara individu atau parsial dari variabel norma subyektif terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig} > 0,05$ ($\text{sig} 0,219$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - c) Ada pengaruh yang signifikan secara individu atau parsial dari variabel keyakinan pengendalian terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($\text{sig} 0,000$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - d) Berdasarkan model penelitian dengan menggunakan *Theory Planned of Behavior* bisa digunakan, yaitu pengaruh variabel sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian terhadap minat beli. Hanya saja pada penelitian ini variabel norma subyektif tidak memiliki pengaruh signifikan yang

disebabkan mungkin orang-orang yang menjadi referen (orang tua, teman, pemuka agama, dan orang penting di sekitar) belum memiliki kontribusi yang besar akan pentingnya produk halal terhadap masyarakat sekitarnya.

3. Dari *output* diperoleh bahwa setelah dilakukan perhitungan secara keseluruhan terhadap sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian mampu berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,302. Tetapi karena variabel yang digunakan dalam penelitian sebanyak tiga variabel atau lebih dari dua variabel maka untuk mengetahui pengaruh tersebut digunakan nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,279, maka dapat dikatakan bahwa 27,9% minat beli produk halal yang dikemas dalam kaleng dipengaruhi ketiga variabel bebas yang terdiri dari sikap, norma subyektif, dan keyakinan pengendalian. Sedangkan sisanya 72,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat beli produk halal yang dikemas dalam kaleng adalah variabel sikap. Ditunjukkan dengan nilai (r^2) terbesar yaitu 0,165 atau 16,5%.

5.2 Saran

Dengan mengetahui hasil analisis di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Mengacu pada hasil penelitian di mana variabel sikap adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap minat beli, sehingga dalam menciptakan suatu produk, khususnya produk halal yang dikemas dalam kaleng hendaknya

produsen benar-benar konsisten bahwa produk yang dipasarkan adalah produk yang aman, dan mendapatkan sertifikasi halal dari MUI, dan selalu memberikan informasi yang benar agar tidak muncul keraguan dalam benak masyarakat. Keyakinan yang tinggi akan berkorelasi dengan sikap positif yang tinggi juga.

2. Dari perhitungan *Adjusted R Square*, ternyata yang mempengaruhi minat beli terhadap produk dalam yang dikemas dalam kaleng hanya sebesar 27,9% dan sisanya adalah faktor lain yang belum diketahui. Oleh karena itu produsen sebaiknya mencari faktor-faktor lain yang bisa mempengaruhi minat beli konsumen. Selain itu pemerintah dan MUI, serta para pemuka agama berperan penting meningkatkan kepedulian untuk mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang halal. Jika ini bisa terwujud maka sikap masyarakatpun akan semakin positif juga. Bagi produsen hendaknya mengedukasi dan mengkomunikasikan produk mereka agar keberadaan produk-produk halal tersebut diketahui masyarakat serta memberikan kemudahan masyarakat untuk mengakses keberadaan mereka, misalnya website, promosi, dan iklan yang baik. Produk makanan halal yang dikemas dalam kaleng merupakan contoh kecil, secara umum pada dasarnya adalah sama, yaitu mengenai kehalalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1988), *Attitudes, Personality, dan Behavior*, Chicago : Dorsey Press.
- _____ dan M. Fishbein. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 278, hal: 278.
- _____ (1991), The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *Journal of Academia Education* 50 (2), hal 179-211
- Al-Harran, S. dan P. Low, 2008. *Marketing of Halal Products: The Way Forward*, diperoleh pada 6 September 2011, di: <http://www.halaljournal.com/article/1386/marketing-of-halal-products:-the-way-forward>.
- Ariartha, J.C. (2006), *Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Sabun Cair Sunlight Setelah Melihat Iklan di Televisi dengan Menggunakan Selebritis Sebagai Endorsers*, (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Boedijoewono, N. (1993), *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, Jilid 2, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Chikolah. (2011), *Langkah-Langkah Menentukan Kelas Pada Tabel Distribusi Frekuensi*. diperoleh pada 12 Oktober 2011 di: <http://www.chikolah.web.id/2011/09/langkah-langkah-membuat-tabel.html>.
- East, R. (1997). *Consumer Behaviour: Advances and Applications in Marketing*. London : Prentice-Hall.
- Ghozali, Imam (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halal Journal. 2008. “*OIC eyes the USD580 billion global halal market*”. www.halaljournal.com
- Hardianto, Dwi. (2010), *Kesadaran Produsen Akan Produk Halal Terus Meningkatkan*, diperoleh pada: 26 Oktober 2011 di: <http://www.sabili.co.id/ekonomi-islam/kesadaran-produsen-pada-halal>.
- Anonim, (2005), *Malaysian halal food industry a role model*, diperoleh pada 26 Oktober 2011 di: islamonline.net/English/News/2005-02/21/article04.shtml.
- Khofia, T.L. (2004). *Analisis Sikap Konsumen Shampo Clear dan Pentene Setelah Adanya Promosi Penjualan dan Kaitannya dengan Minat Konsumen di Kabupaten Bantul*, Yogyakarta, (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.

Lada, Suddin., G.H. Tanakinjal dan H. Amin, (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 2 (1), hal: 66-76.

Malhotra, N.K. (2005), *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, (terj.), Jilid 1 Edisi Keempat, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sih, Z. (2010), *Sertifikasi Halal LPPOM MUI Diakui Internasional*, diperoleh pada 20 Oktober 2011 di: www.pkesinteraktif.com.

Sudarmanto, R. Gunawan, (2005), *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sujarweni, V.W. (2007), *Panduan Mudah Menggunakan SPSS dan Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*, Cetakan pertama, Yogyakarta: Ardana Media.

Tim redaksi. (2010), *Pengertian Halal*, diperoleh pada 5 September 2011 di: www.detikfood.com.

Syamhudi, K. (2009), *Pentingnya Halal dan Haram Bagi Seorang Muslim*, diperoleh pada 20 Oktober 2011 di: www.PengusahaMuslim.com.



Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UII yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir kuliah (skripsi) dengan judul **ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN HALAL DALAM KALENG KOTA JOGJAKARTA DITINJAU DARI PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF**. Untuk maksud tersebut saya memohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara / i untuk mengisi kuesioner yang terlampir.

Kuesioner yang Anda terima akan dipergunakan untuk meneliti sikap dan minat beli Anda terhadap produk makanan dan minuman halal dalam kemasan kaleng. Pernyataan-pernyataan ini dimaksudkan untuk memperoleh tanggapan Anda, sehingga dapat terungkap mengenai variabel-variabel penting yang berhubungan dengan sikap, norma subyektif, pengendalian perilaku, dan minat beli konsumen. Oleh karena itu, kebenaran dan kelengkapan data yang diperoleh dari tanggapan Anda akan sangat membantu saya dalam mencapai maksud tersebut.

Demikian, atas partisipasi dan bantuan Anda, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta Oktober 2011

Hormat Saya

Danang Prastian R.

LAMPIRAN A

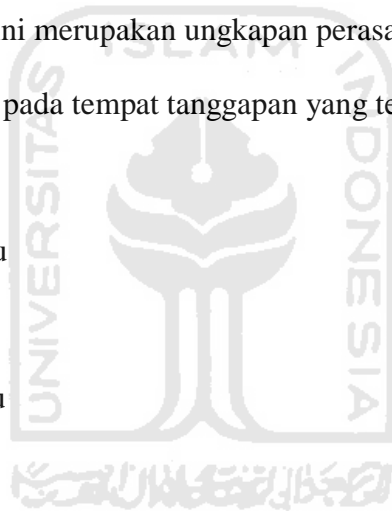
KUESIONER

Pernyataan bagian di bawah ini berkenaan dengan identitas Anda.

1. Nama : (boleh tidak diisi).
2. Alamat : (boleh tidak diisi).

Pernyataan di bawah ini merupakan ungkapan perasaan Anda. Mohon untuk memberikan tanda silang (X) pada tempat tanggapan yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- CS : Cukup Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju



I. Keyakinan

Pernyataan berikut digunakan untuk mengetahui mengenai seberapa besar kepercayaan Anda bahwa suatu produk memiliki atribut manfaat tertentu.

| No | Keterangan | SS | S | CS | TS | STS |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| 1. | Saya yakin produk halal dalam kaleng tidak berpengaruh buruk pada kesehatan. | | | | | |
| 2. | Saya yakin produk yang dikemas dalam kaleng aman. | | | | | |
| 3. | Saya yakin produk halal dalam kaleng ada logo dari MUI. | | | | | |
| 4. | Saya yakin produk makanan dan minuman halal dalam kaleng mudah untuk diperoleh. | | | | | |
| 5. | Saya yakin produk makanan dan minuman halal dalam kaleng memiliki nilai kepraktisan. | | | | | |

II. Evaluasi

Pernyataan berikut digunakan untuk mengetahui rasa suka Anda atas suatu kondisi atribut manfaat tertentu.

| No | Keterangan | SS | S | CS | TS | STS |
|----|-----------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| 1. | Saya rasa produk dalam kaleng tidak berpengaruh buruk pada kesehatan. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 2. | Saya rasa produk yang dikemas dalam kaleng itu bagus, karena aman. | | | | | |
| 3. | Saya rasa produk halal dalam kaleng yang bersertifikasi ada logo halal dari MUI. | | | | | |
| 4. | Saya rasa produk makanan dan minuman halal dalam kaleng mudah untuk diperoleh. | | | | | |
| 5. | Saya rasa produk makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng praktis (mudah dibuka dan mudah disimpan). | | | | | |

III. Keyakinan Normatif

Pertanyaan berikut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh orang lain terhadap proses pengambilan keputusan pemilihan/pembelian suatu produk halal dalam kaleng.

| No | Keterangan | SS | S | CS | TS | STS |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| 1. | Keluarga saya memberi saran kepada saya untuk membeli makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng. | | | | | |
| 2. | Teman-teman saya memberi saran kepada saya untuk membeli makanan dan minuman halal yang dikemas | | | | | |

| | | | | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | dalam kaleng. | | | | | |
| 3. | Para pemuka agama, menyarankan untuk mengkonsumsi produk halal, dalam hal ini makanan dan minuman halal dalam kaleng. | | | | | |
| 4. | Orang-orang penting disekitar saya menyarankan saya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman halal dalam kaleng. | | | | | |

IV. Motivasi

Pertanyaan berikut digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemungkinan Anda akan menuruti pendapat orang lain.

| No | Keterangan | SS | S | CS | TS | STS |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| 1. | Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena ingin menuruti saran keluarga saya. | | | | | |
| 2. | Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena ingin menuruti saran teman-teman saya. | | | | | |
| 3. | Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | ingin menuruti saran para pemuka agama saya. | | | | | |
| 4. | Saya termotivasi untuk memilih atau membeli produk halal tertentu yang dikemas dalam kaleng karena ingin menuruti saran orang-orang penting di sekitar saya. | | | | | |

V. Keyakinan Pengendalian

| No | Keterangan | SS | S | CS | TS | STS |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| 1. | Makanan/ minuman dalam kaleng yang halal membuat saya tidak memiliki hambatan untuk mengkonsumsinya. | | | | | |
| 2. | Saya memiliki pengetahuan tentang keamanan makanan dan minuman halal yang dikemas dalam kaleng. | | | | | |
| 3. | Seorang muslim yang baik akan selalu berupaya membeli dan mengonsumsi produk-produk halal, termasuk yang dikemas dalam kaleng. | | | | | |
| 4. | Produk makanan dan minuman halal dalam kaleng tersedia dibanyak supermarket sekitar tempat tinggal saya. | | | | | |

VI. Minat Beli

| No | Keterangan | SS | S | CS | TS | STS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| 1. | Dalam waktu dua minggu ke depan saya berniat untuk membeli produk yang halal dalam kemasan kaleng. | | | | | |
| 2. | Saya akan selalu membeli produk makanan dan minuman yang halal, termasuk yang dikemas dalam kaleng. | | | | | |

TERIMA KASIH ATAS KERJASAMANYA



LAMPIRAN B

| No | Keyakinan | | | | | Evaluasi | | | | | | |
|----|-----------|----|----|----|----|----------|----|----|----|----|----|-----|
| | b1 | b2 | b3 | b4 | b5 | Tot | e1 | e2 | e3 | e4 | e5 | Tot |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 9 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 11 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 12 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 14 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 16 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 21 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 22 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 24 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 27 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 28 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 13 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 22 |
| 29 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 30 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

Keyakinan Normatif

Motivasi

| No | NBj1 | NBj2 | NBj3 | NBj4 | Tot | MCj1 | MCj2 | MCj3 | MCj4 | Tot |
|----|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|-----|
| 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 |
| 9 | 2 | 3 | 3 | 2 | 10 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 1 | 3 | 4 | 3 | 11 |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 1 | 4 | 4 | 1 | 10 |
| 12 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 13 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 14 | 1 | 3 | 4 | 2 | 10 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 15 | 3 | 5 | 5 | 3 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 17 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 21 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 24 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 25 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 27 | 2 | 4 | 4 | 2 | 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 30 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |

Keyakinan Pengendalian

Minat Beli

| No | Cb1 | Cb2 | Cb3 | Cb4 | Tot | BI1 | BI2 | Tot |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 3 | 6 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3 | 3 | 6 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 6 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 8 |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 8 |
| 6 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 8 |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 8 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 8 |
| 9 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 3 | 7 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 7 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 8 |
| 12 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 4 | 4 | 8 |
| 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 14 | 2 | 4 | 4 | 2 | 12 | 4 | 4 | 8 |
| 15 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 6 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 2 | 3 | 5 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 6 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 3 | 7 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 6 |
| 20 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 3 | 5 |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |
| 22 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 8 |
| 23 | 1 | 3 | 4 | 2 | 10 | 2 | 3 | 5 |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 2 | 2 | 4 |
| 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 2 | 2 | 4 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 2 | 2 | 4 |
| 27 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 2 | 2 | 4 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 2 | 2 | 4 |
| 29 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 2 | 2 | 4 |
| 30 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 8 |

REKAPITULASI 96 RESPONDEN

| No | Keyakinan | | | | | Evaluasi | | | | | Sikap | |
|----|-----------|----|----|----|----|----------|----|----|----|----|-----------|-----|
| | b1 | b2 | b3 | b4 | b5 | e1 | e2 | e3 | e4 | e5 | rata-rata | ket |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.3 | S |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | CS |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | S |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.4 | SS |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.3 | SS |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | SS |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.4 | SS |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.5 | SS |
| 9 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4.1 | S |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.6 | SS |
| 11 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | S |
| 12 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.1 | S |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | SS |
| 14 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3.9 | S |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.5 | SS |
| 16 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.2 | CS |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.7 | S |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.8 | S |
| 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3.3 | CS |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.7 | SS |
| 21 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | SS |
| 22 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.3 | SS |
| 24 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.3 | CS |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.5 | S |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.7 | S |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|----|
| 27 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3.5 | S |
| 28 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3.5 | S |
| 29 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.4 | CS |
| 30 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.8 | S |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.3 | SS |
| 32 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | SS |
| 33 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4.6 | SS |
| 34 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.3 | SS |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.7 | S |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | S |
| 37 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | S |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 | S |
| 39 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | SS |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3.7 | S |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.9 | S |
| 42 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3.9 | S |
| 43 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | SS |
| 44 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3.9 | S |
| 45 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.9 | S |
| 46 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | S |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | SS |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | S |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 | S |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.6 | SS |
| 51 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3.7 | S |
| 52 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3.6 | S |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3.8 | S |
| 54 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3.2 | CS |
| 56 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.3 | CS |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|----|
| 57 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.2 | S |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.2 | S |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.5 | S |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.2 | S |
| 61 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | S |
| 62 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3.8 | S |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.6 | SS |
| 64 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.2 | S |
| 65 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.1 | S |
| 66 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4.5 | SS |
| 67 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.7 | S |
| 68 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.3 | SS |
| 69 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.1 | S |
| 70 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4.2 | S |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4.2 | S |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3.8 | S |
| 73 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.6 | S |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.9 | S |
| 75 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.6 | S |
| 76 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 77 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3.6 | S |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.5 | SS |
| 79 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.6 | S |
| 80 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3.5 | S |
| 81 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.1 | CS |
| 82 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | CS |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.4 | SS |
| 84 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3.1 | CS |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4.2 | S |
| 86 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|----|
| 87 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3.9 | S |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3.6 | S |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.7 | S |
| 90 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3.5 | S |
| 91 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3.6 | S |
| 92 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.7 | SS |
| 93 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.4 | CS |
| 94 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 95 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2.8 | CS |
| 96 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2.6 | TS |



Keyakinan Normatif

Motivasi

Norma Subyektif

| No | NBj1 | NBj2 | NBj3 | NBj4 | MCj1 | MCj2 | MCj3 | MCj4 | rata-rata | ket |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------|-----|
| 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3.5 | S |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3.875 | S |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.125 | S |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | S |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.25 | SS |
| 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | CS |
| 9 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.125 | CS |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3.25 | CS |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2.25 | TS |
| 12 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4.125 | S |
| 13 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S |
| 14 | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3.5 | S |
| 15 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.25 | SS |
| 17 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2.75 | CS |
| 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3.875 | S |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | S |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS |
| 21 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.5 | SS |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.5 | S |
| 24 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | S |
| 25 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3.75 | S |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.375 | SS |
| 27 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3.625 | S |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 | S |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|-------|----|
| 29 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | SS |
| 30 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.125 | S |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.75 | S |
| 32 | 1 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.125 | CS |
| 33 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 34 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3.875 | S |
| 35 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3.5 | S |
| 36 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3.875 | S |
| 37 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 38 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 39 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3.625 | S |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.75 | S |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3.75 | S |
| 44 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3.125 | CS |
| 45 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 46 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 47 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | CS |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4.125 | S |
| 49 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3.125 | CS |
| 51 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.25 | CS |
| 52 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3.5 | S |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.125 | S |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|-------|----|
| 59 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.5 | S |
| 60 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 61 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 62 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.125 | S |
| 64 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 65 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 66 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | CS |
| 67 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.625 | CS |
| 68 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 69 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 70 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.25 | TS |
| 71 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 72 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3.375 | S |
| 73 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | S |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.875 | S |
| 75 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 76 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3.125 | CS |
| 77 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.25 | TS |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | CS |
| 79 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.25 | TS |
| 80 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 81 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 82 | 3 | 3 | 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | CS |
| 83 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 84 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3.25 | CS |
| 85 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 86 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2.25 | TS |
| 87 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.875 | S |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|-------|----|
| 89 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 90 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.75 | S |
| 91 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.625 | S |
| 92 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 93 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 94 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 95 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.25 | TS |
| 96 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3.75 | S |



Keyakinan Pengendalian

Minat Beli

| No | Cb1 | Cb2 | Cb3 | Cb4 | Rata-rata | ket | BI1 | BI2 | Rata-rata | ket |
|----|-----|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----------|-----|
| 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 6 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 9 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 | CS | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 12 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 | CS | 4 | 4 | 4 | S |
| 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 14 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | CS | 4 | 4 | 4 | S |
| 15 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 2 | 3 | 2.5 | TS |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | SS | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 20 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | TS | 2 | 3 | 2.5 | TS |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 22 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 23 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2.5 | TS | 2 | 3 | 2.5 | TS |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | SS | 2 | 2 | 2 | TS |
| 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 2 | 2 | 2 | TS |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 27 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | S | 2 | 2 | 2 | TS |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|------|----|---|---|-----|----|
| 29 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 30 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 31 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.25 | SS | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 33 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | CS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 34 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | CS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 35 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | S | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 36 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 37 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3.75 | S | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 39 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 40 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 | CS | 2 | 3 | 2.5 | TS |
| 41 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 4 | 5 | 4.5 | SS |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 43 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 | CS | 4 | 5 | 4.5 | SS |
| 44 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.25 | SS | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 45 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | SS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.25 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 54 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | S | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 55 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 56 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.25 | CS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.5 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 58 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 | CS | 3 | 4 | 3.5 | S |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|------|----|---|---|-----|----|
| 59 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | TS | 2 | 2 | 2 | TS |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 61 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | S | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 62 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2.5 | TS | 2 | 2 | 2 | TS |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 64 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 66 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | SS | 3 | 4 | 3.5 | S |
| 70 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.25 | SS | 3 | 5 | 4 | S |
| 71 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4.25 | SS | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | SS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 76 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 | CS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 78 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4.5 | SS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 79 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | S | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4.25 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 | S | 2 | 2 | 2 | TS |
| 82 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 83 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4.75 | SS | 4 | 4 | 4 | S |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 2 | 3 | 2.5 | TS |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 86 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | S | 4 | 4 | 4 | S |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 88 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2.5 | TS | 2 | 2 | 2 | TS |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|------|----|---|---|-----|----|
| 89 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.5 | TS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 90 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2.25 | TS | 4 | 3 | 3.5 | S |
| 91 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.5 | TS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 92 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.75 | CS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | CS | 3 | 3 | 3 | CS |
| 94 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2.5 | TS | 2 | 2 | 2 | TS |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 3 | 3 | CS |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | S | 3 | 4 | 3.5 | S |



LAMPIRAN C

Hasil Uji Validitas Keyakinan Correlations

Correlations

| | | b1 | b2 | b3 | b4 | b5 | Tot |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| b1 | Pearson Correlation | 1 | .565** | .440* | .436* | .558** | .739** |
| | Sig. (2-tailed) | | .001 | .015 | .016 | .001 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| b2 | Pearson Correlation | .565** | 1 | .596** | .515** | .506** | .786** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | | .001 | .004 | .004 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| b3 | Pearson Correlation | .440* | .596** | 1 | .748** | .571** | .825** |
| | Sig. (2-tailed) | .015 | .001 | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| b4 | Pearson Correlation | .436* | .515** | .748** | 1 | .708** | .852** |
| | Sig. (2-tailed) | .016 | .004 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| b5 | Pearson Correlation | .558** | .506** | .571** | .708** | 1 | .833** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .004 | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Tot | Pearson Correlation | .739** | .786** | .825** | .852** | .833** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Keyakinan Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .865 | 5 |



Hasil Uji Validitas Evaluasi Correlations

Correlations

| | | e1 | e2 | e3 | e4 | e5 | Tot |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| e1 | Pearson Correlation | 1 | .801** | .524** | .590** | .650** | .844** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .003 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| e2 | Pearson Correlation | .801** | 1 | .614** | .577** | .800** | .908** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| e3 | Pearson Correlation | .524** | .614** | 1 | .479** | .510** | .760** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .000 | | .007 | .004 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| e4 | Pearson Correlation | .590** | .577** | .479** | 1 | .714** | .789** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .001 | .007 | | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| e5 | Pearson Correlation | .650** | .800** | .510** | .714** | 1 | .882** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .004 | .000 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Tot | Pearson Correlation | .844** | .908** | .760** | .789** | .882** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

Hasil Uji Reliabilitas Evaluasi Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .889 | 5 |



Hasil Uji Validitas Keyakinan Normatif Correlations

Correlations

| | | Nb1 | Nb2 | Nb3 | Nb4 | Tot |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Nb1 | Pearson Correlation | 1 | .590** | .570** | .758** | .864** |
| | Sig. (2-tailed) | | .001 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Nb2 | Pearson Correlation | .590** | 1 | .689** | .457* | .771** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | | .000 | .011 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Nb3 | Pearson Correlation | .570** | .689** | 1 | .713** | .868** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Nb4 | Pearson Correlation | .758** | .457* | .713** | 1 | .890** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .011 | .000 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Tot | Pearson Correlation | .864** | .771** | .868** | .890** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Keyakinan Normatif Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .865 | 4 |



Hasil Uji Validitas Motivasi Correlations

Correlations

| | | Motiv1 | Motiv2 | Motiv3 | Motiv4 | Tot |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Motiv1 | Pearson Correlation | 1 | .556** | .650** | .743** | .847** |
| | Sig. (2-tailed) | | .001 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Motiv2 | Pearson Correlation | .556** | 1 | .702** | .670** | .834** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Motiv3 | Pearson Correlation | .650** | .702** | 1 | .719** | .876** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Motiv4 | Pearson Correlation | .743** | .670** | .719** | 1 | .916** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Tot | Pearson Correlation | .847** | .834** | .876** | .916** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

Hasil Uji Reliabilitas Motivasi Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .888 | 4 |



Hasil Uji Validitas Keyakinan Pengendalian Correlations

Correlations

| | | Cb1 | Cb2 | Cb3 | Cb4 | Tot |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Cb1 | Pearson Correlation | 1 | .515** | .382* | .636** | .770** |
| | Sig. (2-tailed) | | .004 | .037 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Cb2 | Pearson Correlation | .515** | 1 | .597** | .571** | .800** |
| | Sig. (2-tailed) | .004 | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Cb3 | Pearson Correlation | .382* | .597** | 1 | .805** | .802** |
| | Sig. (2-tailed) | .037 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Cb4 | Pearson Correlation | .636** | .571** | .805** | 1 | .913** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Tot | Pearson Correlation | .770** | .800** | .802** | .913** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Keyakinan Pengendalian Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .836 | 4 |

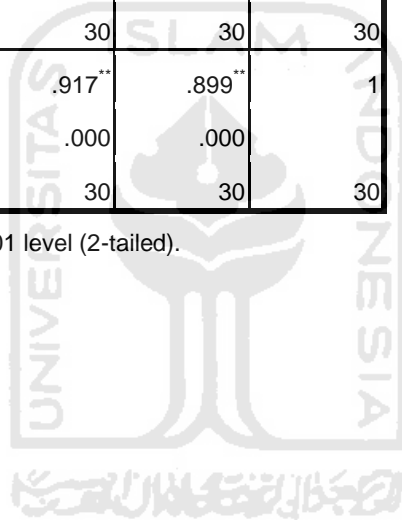


Hasil Uji Validitas Minat Beli Correlations

Correlations

| | | Minat1 | Minat2 | Tot |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|
| Minat1 | Pearson Correlation | 1 | .649** | .917** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 |
| Minat2 | Pearson Correlation | .649** | 1 | .899** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 |
| Tot | Pearson Correlation | .917** | .899** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 |

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



Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .785 | 2 |



LAMPIRAN D

Regresi Linier Berganda Regression

Variables Entered/Removed

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------------|-------------------|--------|
| 1 | Cb, Ab, SN ^a | | Enter |

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .549 ^a | .302 | .279 | .61218 |

a. Predictors: (Constant), Cb, Ab, SN

b. Dependent Variable: Bi

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 14.894 | 3 | 4.965 | 13.248 | .000 ^a |
| | Residual | 34.478 | 92 | .375 | | |
| | Total | 49.372 | 95 | | | |

a. Predictors: (Constant), Cb, Ab, SN

b. Dependent Variable: Bi

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Correlations | | |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|--------------|---------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Zero-order | Partial | Part |
| 1(Constant) | .933 | .453 | | 2.062 | .042 | | | |
| Ab | .069 | .016 | .371 | 4.256 | .000 | .386 | .406 | .371 |
| SN | -.016 | .013 | -.108 | -1.236 | .219 | -.130 | -.128 | -.108 |
| Cb | .383 | .092 | .366 | 4.175 | .000 | .394 | .399 | .364 |

a. Dependent Variable: Bi

