

**Peranan Faktor Halal terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk  
Kuliner *Fast Food* di Yogyakarta**

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 : Nafisah Arinilhaq  
Nomor Mahasiswa : 13311351  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KULINER HALAL FAST FOOD DI  
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **NAFISAH ARINILHAQ**

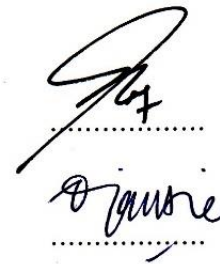
Nomor Mahasiswa : **13311351**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 14 Maret 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sumadi, Dr., M.Si.

Penguji : Sri Hardjanti, Dra., MM.



.....  
.....

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

### Pernyataan Bebas Plagiatisme

“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 orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 19 Januari 2017

Penulis,



Nafisah Arinilhaq

**Peranan Faktor Halal terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk  
Kuliner *Fast Food* di Yogyakarta**

SKRIPSI

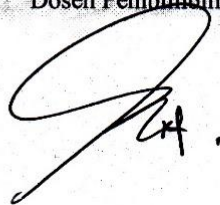
Oleh :

Nama : Nafisah Arinilhaq  
Nomor Mahasiswa : 13311351  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 23 Maret 2017

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Sumadi, Dr. Drs., M.Si.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh langsung antar variabel Halal Awareness, Norma Subjektif dan Halal Marketing WOM terhadap Minat Beli (2) untuk mengetahui pengaruh tidak langsung dari Halal Certification dan Halal Marketing WOM terhadap Minat Beli. Model penelitian ini menggunakan dasar dari *Theory of Planned Behavior*, Ajzen (1991). Adapun variabel yang diukur adalah Halal Awareness, Halal Certification dan Halal Marketing WOM dan variabel *intervening* Norma Subjektif terhadap Minat Beli konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 139 mahasiswa di Yogyakarta sebagai konsumen muslim kuliner *fast food KFC*. Alat analisis yang dipakai adalah dengan *Structural Equation Model* (SEM) untuk mengukur keseluruhan model dengan menggunakan IBM AMOS 24. Hasil dari penelitian ini didapat bahwa pengaruh Norma Subjektif sebagai variabel *intervening* memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Sedangkan pengaruh secara langsung dari Halal Awareness dan Halal Marketing WOM terhadap minat beli terbukti tidak signifikan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk meneliti satu variabel secara spesifik dengan jumlah sampel yang lebih besar dan jenis produk yang spesifik.

*Kata Kunci : Halal Awareness, Halal Certification, Halal Marketing WOM, Norma Subjektif, Minat Beli dan Theory of Planned Behaviour.*

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat-Nya penulis bisa menyusun penelitian ini sebagai mana mestinya. Tak lupa shalawat serta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW. Berkat Beliau-lah kita semua berada di zaman yang cerah. Berkat Allah SWT perjalanan menuju masa depan setahap demi setahap dapat terselsaikan dengan perjuangan dan hati yang tulus.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan Universitas Islam Indonesia. Selain dari pada itu, penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi ilmu di bidang ilmu pengetahuan. Seperti kata pepatah *“Ilmu yang baik adalah ilmu yang dibagikan”*.

Penelitian ini tak lepas dari perjuangan selama berbulan-bulan. *“Selalu ada harapan bagi yang berdoa dan selalu ada jalan bagi yang berusaha.”* Penulis juga tak lepas dari dukungan orang-orang sekitar. Adapun ucapan terimakasih penulis sebagai berikut :

1. Ibu tercinta, Yuli Nurul Alawiyah. Terimakasih kepada ibu yang senantiasa mendoakan anaknya siang dan malam. Kalbu yang selalu sampai di masa-masa penyelesaian penelitian ini selalu tersampaikan dengan penuh kasih sayang. Walau jarak yang tak dekat, namun doa ibu selalu di hati. Terimakasih.
2. Ayah tercinta, Kakak dan adik. Terimakasih kepada seluruh anggota keluarga inti yang selalu mendukung disaat mulai letih dan kesulitan untuk bangkit. Terimakasih kepada Hadi Arnowo,

Ussisa Annisari, Harisa Aufa Dinillah dan Irsa Fidyah Tandhifa.

Rasa rindu ini selalu tercurahkan selama masa studi.

3. Bapak Sumadi selaku pembimbing skripsi. Terimakasih kepada beliau yang selalu sabar dan tetap dapat memberikan arahan di setiap minggunya. Perjuangan beliau tentu saya acungkan jempol untuk mendidik mahasiswinya agar menghasilkan karya berkualitas.
4. Niki Alma Febriana Fauzi. Terimakasih saya sampaikan atas dukungan dan semangat yang selalu tersampaikan. Saat keluh sudah meluap, namun nasehat begitu halus hingga penelitian ini benar-benar terselsaikan.
5. Sahabat Indonesia BISA Movement. Terimakasih atas kerjasama dan pengertiannya.
6. Seluruh sahabat Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Tentu perjalanan studi ini tak lepas dari dukungan sahabat-sahabat di kampus. Terimakasih.

Pada akhirnya penelitian yang berjudul “*Peranan Faktor Halal terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kuliner Fast Food di Yogyakarta*” dapat terselsaikan dengan baik dan detail. Semoga penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Terimakasih.

Penulis