

PENELITIAN KOLABORATIF
MAHASISWA



PRODI EKONOMI ISLAM
LAPORAN PENELITIAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN (BEVERAGE) HALAL MAHASISWA UII SECARA ONLINE**

Diusulkan Oleh:

Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I.

(Dosen Prodi Ekonomi Islam FIAI UII)

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

1. Identitas Penelitian
 - a. Judul Penelitian : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman (Beverage) Halal Mahasiswa UII Secara Online
 - b. Skema Penelitian : Penelitian Kolaboratif
2. Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Muhammad Iqbal, SEI, MSI
 - b. NIK/NIDN : 164231301 /0502128802
 - c. ID Shinta : 6006061
 - d. Jabatan Fungsional/Golongan: III/B
 - e. Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Agama Islam/Ekonomi Islam
 - f. Telp/Hp : 082139724625
 - g. Email : muhammad.iqbal@uii.ac.id
3. Anggota Peneliti Mahasiswa 1
 - Nama : Helda Yusmarlianti
 - NIM : 20423094
4. Anggota Mahasiswa 2
 - Nama : M Nevin
 - NIM : 20423060
5. Lokasi Penelitian : DI Yogyakarta
6. Lama Penelitian : 3 bulan

Yogyakarta, 16 Agustus 2023



Menyetujui.

Ketua Program Studi
Ekonomi Islam

Rheyza Virgiawan, Lc., M.E.

Peneliti

Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO HIDUP.....	v
ABSTRAK	vi
LITERASI ARAB LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Sistematika Penulisan	4
BAB II KERANGKA TEORI.....	6
A. TELAAH PUSTAKA.....	6
B. LANDASAN TEORI.....	11
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian secara Online.....	11
3. Konsep Minuman Halal.....	14
4. Pengertian Kebutuhan Primer dan Sekunder.....	15
5. Pembelian Belanja Online	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Desain Penelitian	17
B. Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan.....	17
C. Populasi Dan Sampel	17
D. Sumber Data	18
E. Teknik Pengumpulan Data.....	18
F. Metode Analisis Data	18

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	19
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	19
B. Gambaran Umum Responden.....	20
C. Pembahasan Hasil Analisis.....	21
1. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian secara Online	22
2. Pemahaman Halal Responden.....	23
3. Faktor Terkait Halal Haram yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
BAB V PENUTUP.....	40
A. Kesimpulan.....	40
B. Saran.....	40
JADWAL PENELITIAN.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	44
TRANSKRIP HASIL WAWANCARA.....	44
DOKUMENTASI.....	72

Ringkasan Penelitian

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman (*Beverage*) Halal Mahasiswa UII Secara *Online*

Terjadinya perkembangan zaman pada saat ini, telah menghadirkan minuman dengan berbagai macam variasi. Perkembangan zaman dengan disertai teknologi yang canggih telah menerbitkan inovasi baru pada aktivitas jual beli. Saat ini, aktifitas jual beli sudah dapat dijalankan secara *online*. Hal ini dapat memudahkan konsumen/masyarakat yang ingin melakukan pembelian dengan cara yang lebih praktis. Dibalik terjadinya aktivitas pembelian secara *online*, banyak faktor yang mempengaruhi konsumen sehingga pembelian secara online tersebut bisa terjadi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman secara *online* serta ingin mencari tahu tingkat pemahaman halal-haram. Untuk memperoleh data atau informasi, peneliti menggunakan metode wawancara kepada beberapa responden yaitu mahasiswa/i Universitas Islam Indonesia, yang terdiri dari 8 fakultas. Sedangkan untuk menganalisis data, peneliti menggunakan metode analisis data kualitatif yang bersifat induktif, yaitu membangun atau membentuk kata-kata dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap data yang dibutuhkan untuk dideskripsikan dan dirangkum. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada 12 macam faktor yang mnejadi keputusan pembelian secara *online*, faktor yang paling utama adalah faktor kemalasan. Sedangkan faktor terkait halal-haram yang paling menjadi prioritas adalah faktor kesadaran halal. Dari hasil penelitian juga menunjukkan ada 88% mahasiswa/i UII yang mempertimbangkan kehalalan dari produk, dan ada 12% mahasiswa/i UII yang tidak mempertimbangkan kehalalan dari suatu produk.

Kata kunci : Pembelian *Online*; faktor keputusan; pemahaman *Halal-haram*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk ciptaan Allah yang menjadi bagian dari alam semesta yang bersama-sama dengan makhluk hidup lainnya mengisi kehidupan di alam semesta ini. Untuk bertahan hidup di dunia ini manusia harus mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kehidupan manusia tidak akan terlepas dari aktivitas ekonomi. Tiada hari yang akan dilalui oleh manusia tanpa berurusan dengan persoalan ekonomi. Perlu kita ketahui dalam konteks ekonomi, tujuan akhir dari pencapaian manusia adalah terpenuhinya kebutuhan hidup, dan sekaligus meraih kesejahteraan dan kebahagiaan. Dalam perspektif Islam, kebutuhan manusia dapat di kelompokkan kedalam tiga hal pokok yaitu kebutuhan primer (*daruriyat*), kebutuhan sekunder (*hajiyyat*) dan kebutuhan tersier (*tahsiniyat*).

Kebutuhan primer adalah kebutuhan utama atau kebutuhan yang paling penting untuk dipenuhi, hal ini dilakukan untuk memelihara kelangsungan hidup. Kebutuhan primer tidak hanya meliputi makanan, pakaian, tempat tinggal, teknologi, pendidikan dan kesehatan saja, tetapi di dalamnya juga termasuk minuman. Minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok/primer yang harus dipenuhi oleh manusia setiap harinya. Jumlah konsumsi air atau minuman setiap harinya semakin meningkat, hal ini dikarenakan pertumbuhan manusia yang semakin bertambah. Minuman yang dikonsumsi manusia khususnya umat Islam tidaklah bebas namun harus selektif, yakni halal sesuai petunjuk Allah dalam al-Qur'an dan penjelasan Nabi Muhammad saw dalam hadis, serta baik, sehat (*thayyib*). Tetapi saat ini, halal haramnya suatu produk sering diabaikan oleh masyarakat.

Meningkatnya kebutuhan manusia terhadap air sebagai minuman, kini hadir berbagai produsen minuman dengan menciptakan bermacam

inovasi baru pada produk minuman, termasuk inovasi dengan cara menawarkan pembelian secara *online* kepada konsumen. Memasuki era 4.0 pembelian secara *online* sangat diminati oleh para konsumen terutama kaum milenial. Dengan munculnya penjualan secara *online* telah mempermudah masyarakat dalam berbelanja, dimana konsumen tidak perlu lagi untuk mendatangi pusat perbelanjaan atau toko untuk berbelanja, namun cukup dengan menggunakan *gadget* konsumen bisa berbelanja dengan mengunjungi berbagai situs web yang sering disebut dengan *online shopping*.

Seiring berkembangnya zaman dan berputarnya waktu yang sulit untuk diprediksi, terlihat sangat nyata bahwa terjadi perbedaan antara kebutuhan pada zaman dulu dan kebutuhan pada zaman sekarang. Saat ini, zaman menuntut manusia untuk mengikuti semua perubahan atau *tren* yang ada, termasuk menuntut manusia untuk membeli makanan dan minuman yang saat ini terus muncul dengan berbagai macam variatif. Sehingga jika kita melihat fenomena pada saat ini, konsumen membeli minuman bukan semata-mata karena faktor mereka membutuhkan minuman tersebut, tetapi karena mereka faktor tertarik atau bahkan karena mereka faktor penasaran terhadap produk minuman yang ditawarkan oleh para produsen. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa pada saat ini minuman bukan hanya menjadi kebutuhan primer saja, tetapi bisa juga disebut sebagai kebutuhan sekunder. Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan kedua yang dijadikan sebagai pelengkap yang dipenuhi setelah kebutuhan primer (Syarif , 2016).

Saat ini pembelian secara *online* lebih didominasi oleh para mahasiswa/mahasiswi karena mahasiswa lebih paham dan mengerti terkait teknologi. Sehingga untuk menemukan jawaban dari permasalahan yang akan diteliti, peneliti tertarik untuk menjadikan mahasiswa sebagai populasi dari penelitian ini, terkhusus adalah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Mahasiswa/mahasiswi UII memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Karena dalam hal ini, peneliti tidak hanya meneliti terkait faktor yang menjadi keputusan pembelian secara *online*,

tetapi peneliti juga mengkaitkan hal tersebut dengan pemahaman responden terkait halal haramnya suatu produk. Peneliti memilih mahasiswa UII karena mayoritasnya mahasiswa UII beragama Islam dan tidak asing dengan yang namanya halal dan haram. Halal dan haram adalah topik yang sudah sering disosialisasikan di Universitas Islam Indonesia. Universitas Islam Indonesia adalah salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka di Indonesia. UII ini adalah salah satu universitas yang terinspirasi oleh semangat nasionalisme dan selalu berpedoman pada nilai-nilai keislaman.

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang di atas, maka penulis menarik sebuah judul penelitian yaitu “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman (Beverage) Halal Mahasiswa UII Secara Online.**”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis menarik satu permasalahan yang akan dikaji yaitu Apa sajakah faktor faktor yang mempengaruhi pembelian minuman halal mahasiswa UII secara *online*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor-faktor pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian minuman halal secara *online*.

D. Manfaat penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan kegunaan bagi :

1. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis terkait faktor-faktor yang menjadi keputusan dalam melakukan pembelian minuman halal secara *online*.

2. Manfaat bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat terkait pentingnya mempelajari tentang kehalalan suatu produk, agar nantinya dapat memilah dan memilih produk minuman yang halal dan haram.

3. Manfaat bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi bagi para akademisi dalam proses pembelajaran terkait faktor-faktor atau alasan dalam melakukan pembelian minuman halal secara *online*.

4. Manfaat bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan/pengetahuan para pembaca terkait hal yang diteliti yaitu faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian minuman halal secara online.

5. Manfaat bagi produsen minuman

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khusus bagi para produsen minuman serta dapat memberikan informasi terkait faktor apa saja yang menjadi keputusan pembelian minuman secara *online*, yang mana informasi ini dapat digunakan untuk mengevaluasi terkait penjualan secara *online*.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulis dalam menyusun serta menganalisa penelitian ini, maka penulis mendiskripsikan sistematika penulisan dalam proposal penelitian. Secara garis besar penelitian ini terdiri dari lima bab yang dibagi kedalam beberapa sub bab. Setiap sub bab memiliki batasan tertentu dan juga saling berkaitan antara satu sama lain. Adapun sistematika

penulisannya adalah sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Pada Bab 1 ini, penulis mencoba untuk menguraikan beberapa sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. Bab II Kerangka Teori

Dalam Bab II ini penulis akan menguraikan tentang telaah pustaka dan landasan teori yang akan berkaitan dengan pembahasan penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan tentang metode pengumpulan data yang akan digunakan ketika penelitian. Tidak hanya itu, didalam bab ini penulis juga akan menguraikan tentang teknik pengumpulan data, desain penelitian, sumber data, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, obyek penelitian serta populasi dan sampel.

4. Bab IV Analisa Data dan Pembahasan

Pada bab ini, penulis akan mencoba unuk menguraikan terkait hal-hal yang terkait dengan faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian minuman halal mahasiswa UII secara online. Pada bab ini penulis juga mencpba untuk mendiskripsikan data-data yang telah terkumpul menjadi sebuah narasi yang yang jelas dan mudah untuk dipahami.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini, penulis mencoba untuk menguraikan beberapa kesimpulan yang bisa diambil dari hasil pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian pada bab ini, penulis juga mencoba untuk memberikan beberapa saran ataupun anjuran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

Untuk memudahkan penulis dalam menyusun penelitian yang sedang dilaksanakan, maka penulis melakukan tinjauan pustaka dari berbagai hasil penelitian sebelumnya seperti jurnal-jurnal penelitian, karya ilmiah, skripsi, maupun beberapa tinjauan pustaka lain yang membahas terkait hal yang akan diteliti yaitu faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian secara online, serta terkait kehalalan suatu produk minuman:

1. Penelitian dari Mujiyaan dan Ingge Elissa pada tahun 2013, yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko *Online*”. Sesuai dengan judulnya, penelitian ini membahas tentang faktor apa saja yang menjadi keputusan pembelian melalui via internet (secara online). Dari hasil pengujian dari penelitian tersebut, penelitiannya menarik sebuah kesimpulan yaitu salah satu yang menjadi faktor pembelian via internet adalah faktor periklanan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin banyak kegiatan periklanan yang dilakukan maka informasi yang diberikan kepada konsumen akan baik dan mudah diingat. Dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa para pengguna internet memproses informasi terutama sampai pada tingkatan kedua yakni tahap perhatian terhadap iklan yang diperolehnya. Hal ini sesuai dengan proses keputusan pembelian yang juga hanya sampai pada tahap perhatian pengguna internet terhadap iklan yang diperolehnya dengan melakukan klik atas iklan tersebut untuk mendapatkan informasi lebih lanjut sehingga konsumen bisa melakukan keputusan pembelian.

Penelitian ini memiliki sedikit kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengenai faktor apa saja yang akan menjadi keputusan dalam pembelian secara *online*. Namun, pada penelitian ini

lebih fokus kepada pembelian minuman halal secara *online*.

2. Penelitian yang ditulis oleh Luh Alviolita Kusuma Nusarika dan Ni Made Purnami pada tahun 2015, berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara *Online* (Studi pada Produk Fashion *Online* di kota Denpasar). Ada tiga hal penting yang dibahas didalam jurnal penelitian tersebut yaitu:
 - a. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk fashion online di Kota Denpasar. Ini berarti semakin meningkat persepsi harga maka semakin meningkat juga niat beli konsumen terhadap produk fashion online di Kota Denpasar.
 - b. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk fashion *online* di Kota Denpasar. Ini berarti semakin meningkat kepercayaan maka semakin meningkat juga niat beli konsumen terhadap produk *fashion online* di Kota Denpasar.
 - c. Orientasi belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk *fashion online* di Kota Denpasar. Ini berarti semakin meningkat orientasi belanja maka semakin meningkat juga niat beli konsumen terhadap produk *fashion online* di Kota Denpasar.

Penelitian diatas memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Dimana, penelitian diatas dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis sama sama ingin mencari tahu tentang apa saja hal yang akan berpengaruh terhadap pembelian secara *online*.

3. Penelitian dari Noorlaily Fitdiarini pada tahun 2015. Penelitian ini berjudul “Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan *Online Shopping* dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang”. Penelitian ini membahas tentang pentingnya kepercayaan dalam melakukan jual beli secara *online*. Kepercayaan pembeli/pelanggan merupakan faktor yang dominan agar *online shopping* dapat berjalan. Pengetahuan Teknologi Internet, Mutu perusahaan, mutu web site merupakan faktor – faktor

yang dapat meningkatkan kepercayaan pembeli untuk melakukan *online shopping* bahkan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Kepercayaan pembeli yang tinggi tidak menyebabkan persepsi resiko transaksi semakin rendah, pembeli tetap berhati-hati dalam melakukan pembelian ulang.

Pembahasan pada penelitian diatas memiliki hubungan atau keterkaitan dengan penelitian penulis. Yang mana penelitian diatas menjelaskan bahwasanya kepercayaan adalah salah satu faktor yang menjadi keputusan pembelian konsumen secara *online*.

4. penelitian IJCIT (*Indonesian Journal on Computer and Information Technology*) yang ditulis oleh Miwan Kurniawan Hidayat dan Retno Catur Pangestu Ningrum pada tahun 2017. Penelitian ini berjudul “Sistem Informasi Penjualan *Online* Pada Toko Yusuf Bekasi”. Penelitian ini membahas tentang salah satu media yang mendukung penjualan secara *online* yaitu *E-Commerce*. *E-commerce* merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Pembahasan yang dibahas dalam penelitian diatas, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu terkait salah media yang mendukung transaksi penjualan secara *online*.
5. Penelitian yang berjudul “*Reduction in consumers’ purchasing cost by online shopping*” yang ditulis oleh Kosuke Miyatake, Toshinori Nemoto, Satoshi Nakaharai dan Katsuhiko Hayashi pada tahun 2015. Penelitian ini membahas tentang salah satu keuntungan dari berbelanja secara *online* adalah dapat meminimalisir pengeluaran kita dan juga menghemat waktu dan tenaga kerja yang akan kita keluarkan. Di dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa Pengembangan layanan belanja *online* didorong oleh pengecer dan konsumen. Pengecer belanja online dapat menghemat biaya penjualan, seperti biaya sewa dan tenaga kerja, dan konsumen yang membeli barang melalui situs belanja *online* juga dapat

menghemat waktu untuk perjalanan belanja. Dalam studi ini, kami mengkonfirmasi bagaimana belanja *online* mempengaruhi biaya penjualan pengecer dan biaya pembelian konsumen dibandingkan dengan kasus belanja di toko batu-dan-mortir. Selain itu, kami memeriksa bagaimana perilaku pengiriman mempengaruhi biaya pengecer dan konsumen, menyimpulkan bahwa pengecer belanja *online* harus secara jelas memperkenalkan biaya pengiriman yang terlepas dari harga barang. Penelitian diatas memiliki keterkaitan dengan pnelitian yang dilakukan oleh penulis. Dengan adanya penjelasan dari penelitian diatas, maka penulis bisa mencari permasalahan baru, terkait apakah faktor hemat tenaga dan waktu menjadi salah satu faktor keputusan pembelian secara *online*.

6. Penelitian yang berjudul “*Identifying College Students’ Feelings and Thoughts about Online Shopping*” yang ditulis oleh Harun Ozkisia dan Murat Topaloglua pada tahun 2015. Penelitian ini membahas tentang Internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari dengan teknologi informasi berkembang pesat. Ini telah menjadi tempat yang biasa bagi orang-orang di mana mereka berkomunikasi dengan orang lain, melakukan transaksi perbankan, berbelanja dan sebagainya. Khususnya, memasok semua jenis kebutuhan melalui belanja *online* telah berubah menjadi fenomena yang luar biasa. Sistem belanja elektronik berbasis web yang semakin hari semakin banyak menggantikan sistem perdagangan tradisional, tatap muka, dan tertulis berdasarkan formulir rekaman. Tidak hanya manfaat yang ditawarkan untuk pelanggan yang lebih memilih belanja online, tetapi juga manfaat yang diberikannya bagi perusahaan membuatnya populer untuk kedua belah pihak. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki perasaan dan pemikiran mahasiswa tentang belanja *online*. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang belajar di Universitas Trakya, Sekolah Disiplin Terapan Kesan Yusuf Capraz. Perasaan dan pemikiran siswa tentang belanja *online* dievaluasi dengan

menganalisis data yang diperoleh (Harun Ozkisia 2016).

7. Penelitian yang berjudul “*Consumer Protection of Halal Products In Malaysia: A Literature Highlight*” yang ditulis oleh Mustafa „Afifi bin Ab. Halima, Kamilah Wati binti Mohdb, dkk pada tahun 2012. Penelitian ini membahas tentang industri halal adalah industri yang mampu menjamin dan menjaga konsumen. Industri halal adalah pasar yang sangat potensial di masa depan yang belum sepenuhnya dieksplorasi. Ini didukung oleh meningkatnya jumlah komunitas Muslim dunia yang diperkirakan meningkat menjadi 1,8 miliar pada 2011 dengan nilai pasar halal saat ini diperkirakan mencapai USD 2,3 miliar. Namun, ada beberapa masalah mengenai industri halal baik di dalam negeri maupun internasional, khususnya terkait dengan penyalahgunaan logo halal dan pelanggaran lain yang berkaitan dengan logo halal. Pertanyaan yang muncul adalah apakah hak-hak Muslim sepenuhnya dilindungi di bawah hukum yang relevan dan hak-hak sah mereka jika hukum ini tidak ditaati? Tujuan artikel ini adalah untuk memeriksa pembukaan untuk menyoroti perlindungan konsumen di Malaysia dan penerapannya. Metodologi penelitian adalah dengan analisis dokumentasi berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil dari penulisan ini akan menjadi peningkatan perlindungan konsumen dan pemahaman konsumen dalam hal-hal yang berkaitan dengan produk halal, untuk melindungi dan mendidik konsumen, dan untuk mendidik produsen untuk lebih waspada dan bertanggung jawab untuk pembuatan produk mereka. Penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian yang diteliti oleh penulis, salah satunya adalah terkait pentingnya industri halal terhadap konsumen atau pembeli.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler A. , 2001). Definisi lain dari keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Kotler d. A., 2008).

Keputusan pembelian juga didefinisikan sebagai proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Paul, 2000). Sedangkan definisi keputusan pembelian menurut tokoh ahli lainnya adalah pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih (Schiffman, 2000).

2. Faktor Faktor Keputusan Pembelian secara *Online*

Secara umum, keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative. Dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat alternative pilihan. Jika konsumen tidak memiliki alternative untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan (Mujiyana, 2013). Menurut hasil penelitian dari jurnal yang berjudul “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada took online” yang ditulis oleh Mujiyana dan Ingge Elissa menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online adalah faktor periklanan dan kepercayaan. Semakin banyak periklanan maka informasi yang diberikan kepada konsumen akan semakin baik dan mudah diingat.

Faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian produk pangan halal (Antonika, 2015):

a Faktor Atribut Produk

Faktor ini terbentuk dari merk produk, komposisi produk dan tanggal produksi. Faktor ini memiliki peranan penting

dalam mempengaruhi konsumen dalam proses keputusan pembelian produk pangan halal. Karena setiap konsumen yang akan membeli pasti akan melihat merk, komposisi, serta tanggal produksi dari suatu produk.

b. Faktor Internal

Faktor ini dinamakan faktor internal karena terdiri dari pendapatan, motivasi membeli produk dan gaya hidup. Dalam hal pendapatan, segala kebutuhan dan keinginan dalam membeli makanan akan disesuaikan oleh anggaran. Tidak sedikit dari produsen akan mempertimbangkan produk atau makanan yang akan dijual dengan pelanggan yang akan membeli. Dalam tahap pembelian produk pangan, motivasi dan gaya hidup menjadi alasan dalam proses pengenalan kebutuhan. Sedangkan ditinjau dari segi gaya hidup, semakin termotivasi dan bergaya hidup halal maka konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian produk pangan halal.

Menurut (RI, 2007) hal-hal yang disukai dan tidak disukai sangat berpengaruh terhadap kebiasaan makan seseorang. Yang kedua adalah faktor harga. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahma, 2018) yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Mahasiswa Sunan Pandan Aran pada Provider Telekomunikasi dalam Perspektif Konsumsi Islam” . Faktor yang ketiga yaitu kesadaran halal. Menurut sebagian pendapat ulama (Muhammad Rawas Qal'aji dan Muhammad Sadiq Qanaybi, 1405H-1985M), halal berasal dari kata *أَحْم* artinya sesuatu yang diperbolehkan menurut syariat. Faktor keempat yaitu rasa. Menurut (Kolter dan Armstrong, 2008), motivasi (dorongan) adalah kebutuhan yang mengarahkan seseorang bertindak untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan persepsi adalah proses di mana seseorang memiliki sisi sudut pandang tersendiri untuk bertindak dan melakukan suatu *decision-making* dalam hidupnya.

Faktor kelima yaitu iklan. Sama halnya dengan penelitian sebelumnya. (Rahma, 2018) memberikan pandangan bahwa salah satu variable yang tidak signifikan dalam skripsinya yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Mahasiswa Sunan Pandan Aran pada Provider Telekomunikasi dalam Perspektif Konsumsi Islam” yaitu promosi atau iklan yang ditayangkan guna menarik perhatian konsumen. Faktor keenam yaitu kesehatan. Menurut (Foster, George M.; Andreson, Barbara Gallatin Anderson, 1986) Kesehatan merupakan salah satu faktor yang memadai tingkatan tertentu selain kemiskinan, dan kekurangan akan bahan pangan. Kesehatan juga salah satu faktor yang sesuai dengan pemilihan konsumsi makanan pokok, kesehatan seseorang berpengaruh besar terhadap pola atau kebiasaan makan. (RI, 2007).Faktor ketujuh yaitu keingintahuan.

Selain itu, dalam penelitian (Harahap, 2015) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak Universitas Sumatera Utara (PAJUS) Medan yaitu lokasi, harga, dan kelengkapan produk dan signifikan positif mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam penelitian (Rambe, 2014) menguji lima variabel yang menjadi keputusan pembelian secara *online*, kelima variabel tersebut diambil dari penelitian sebelumnya. Namun, menurut hasil dari penelitiannya menyebutkan bahwa ada dua faktor yang menjadi keputusan pembelian secara *online* yaitu faktor kemudahan pembayaran, faktor kepercayaan, faktor keuntungan melakukan pembelian secara *online* dan faktor kualitas informasi.

Menurut (Islam, 2015) ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*, faktor yang pertama adalah resiko dalam hal keuangan dan faktor yang kedua adalah resiko dalam hal pengiriman. Semakin rendahnya resiko pada kedua hal

tersebut, maka pembelian secara *online* semakin diminati oleh masyarakat.

Dari penelitian (Zivile Bauboniene, 2015) menyebutkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* :

1. Faktor teknologi: pengetahuan yang baik tentang teknologi informasi dan mereka digunakan untuk memperoleh pengetahuan, kemampuan untuk penggunaan aplikasi dan sistem.
2. Faktor terkait konsumen: sikap terhadap belanja online, jenis budaya, kesetiaan, kemudahan penggunaan, pendidikan konsumen dan pendapatan, kegunaan, risiko dan kepercayaan, rekomendasi penyedia dan ulasan pelanggan, usia dan pengalaman berbelanja *online*.
3. Faktor harga saat berbelanja *online*.
4. Faktor produk / layanan: ketersediaan informasi produk di situs web, tipe produk.

3. Konsep Minuman Halal

Minuman secara umum menunjuk kepada segala cairan yang ditelan. Biasanya manusia mengonsumsi air putih sebagai salah satu minuman untuk melangsungkan kehidupan sehari-harinya. Minuman kesehatan adalah segala sesuatu yang dikonsumsi yang dapat menghilangkan rasa haus dan dahaga juga mempunyai efek menguntungkan terhadap kesehatan (Winarti 2006). Jika ditinjau dari segi Islam, maka minuman berasal dari bahasa arab yaitu *Syarab*. *Syarab* adalah nama dari sesuatu yang dapat diminum, yaitu segala sesuatu yang tidak dikunyah. Dalam ajaran Islam, minuman yang dikonsumsi manusia khususnya umat Islam tidaklah bebas namun harus selektif, yakni halal sesuai petunjuk Allah dalam al- Qur'an dan penjelasan Nabi Muhammad saw dalam hadis, serta baik, sehat (*thayyib*) (Yanggo, 2013).

Halal (Halla, yahillu, hillan = membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya (dahlan, 2006). Dalam kehidupan sehari-hari seringkali istilah halal ini digunakan untuk merujuk kepada makanan dan minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut agama Islam. Sedangkan dalam konteks yang lebih luas istilah halal merujuk kepada segala sesuatu yang diizinkan menurut hukum Islam (aktivitas, tingkah laku, cara berpakaian, dll). Jadi, minuman yang halal adalah minuman yang diperbolehkan untuk diminum menurut agama Islam.

4. Pengertian Kebutuhan Primer dan Sekunder

Kebutuhan primer adalah kebutuhan utama atau kebutuhan yang paling penting untuk dipenuhi guna memelihara kelangsungan hidup. Meliputi makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, teknologi, pendidikan dan kesehatan (Syarifuddin, 2016).

Sedangkan kebutuhan sekunder adalah kebutuhan kedua sebagai pelengkap atau tambahan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dipenuhi. (Syarifuddin, 2016).

5. Pembelian *Online*

Belanja *online* adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang atau jasa dari seorang penjual secara interaktif dan *Real time* tanpa suatu media perantara melalui internet. Melalui belanja lewat internet seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui web yang dipromisikn oleh penjual.

Kegiatan belanja *online* ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan tatap muka dengan pihak yang menjual barang atau jasa tersebut, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia melalui media *notebook*, *computer* atau *handphone* yang tersambung dengan layanan akses internet. Belanja *online* adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan untuk kegiatan

transaksi penjual ke penjual ataupun penjual ke konsumen (Mujiyana, 2013).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu suatu pendekatan yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam (Sugiyono 2016). Dalam hal ini, metode penelitian lebih fokus pada pengumpulan data yang memiliki informasi terkait hal-hal yang akan diteliti oleh penulis yaitu faktor-faktor yang mendukung keputusan pembelian minuman halal secara online. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara kepada beberapa mahasiswa UII.

B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya di Universitas Islam Indonesia, pada bulan April-Mei 2019.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono 2013). Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Sedangkan untuk sampel, penulis menggunakan teknik simple random sampling yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2016). Sampel penelitian terdiri dari mahasiswa/mahasiswi dari semua fakultas yang ada di Universitas Islam Indonesia. Setiap fakultas, sampel yang dipilih hanya terdiri dari 8 orang saja yaitu 4 orang mahasiswi dan 4 orang mahasiswa dari angkatan 2015- 2018.

D. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam suatu penelitian adalah subjek darimana data diperoleh. Sumber data adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam penelitian, dengan adanya sumber data dapat membantu untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa sumber data, yaitu :

1. Data primer, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Echdar 2017). Dalam hal ini, data yang di peroleh penulis berasal dari responden (mahasiswa UII) yang diwawancarai secara langsung.
2. Data sekunder, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penelnti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain) (Echdar 2017). Dalam hal ini, penulis memperoleh data dari dokumen, sumber kepustakaan, jurnal, internet, buku dan juga sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti oleh penulis, digunakan sebagai bahan untuk mendukung penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Agar data yang didapat oleh penenliti mencapai standarisasi kevalidan dan mencapai titik reliabel, maka dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan metode interview atau metode wawancara. Wawancara adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula (Sutopo 2006). Dalam hal ini, pihak yang akan diwawancarai oleh penulis adalah mahasiswa UII.

F. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data kualitatif yang bersifat induktif. Pada analisis data kualitatif, penulis membangun atau membentuk kata-kata dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap data yg dibutuhkan untuk dideskripsikan dan dirangkum (Patlima 2016).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Universitas Islam Indonesia merupakan perguruan Tinggi Nasional pertama di Indonesia yang berlokasi di Jln Kaliurang KM 14,5, Sleman, Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia didirikan pada tanggal 27 Rajab 1364 H atau dengan kata lain bertepatan dengan tanggal 8 Juli 1994. Awalnya Universitas Islam Indonesia ini bernama STI (Sekolah Tinggi Islam) yang berada di Jakarta. Namun pada tanggal 10 April 1946 STI ini resmi dibuka di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 1947 nama STI diubah menjadi Universitas Islam Indonesia dengan fakultas perintis yaitu Fakultas Agama, Fakultas Hukum, Fakultas Pendidikan, dan Fakultas Ekonomi.

Pada tahun 1948 Universitas Islam Indonesia resmi dibuka di pendopo Kepatihan dengan visi “Terwujudnya Universitas Islam Indonesia sebagai Rahmatan Lil‘alamin, memiliki komitmen pada kesempurnaan (keunggulan), risalah Islamiah, dibidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan dakwah, setingkat universitas yang berkualitas di Negara-negara maju. Universitas Islam Indonesia juga memiliki Misi yaitu menegakkan wahyu ilahi dan sunah Nabi sebagai sumber kebenaran mutlak serta rahmat bagi alam semesta, dan mendukung cita-cita luhur dan suci bangsa Indonesia dalam mencerdaskan kehidupan bangsa melalui upaya membentuk tenaga ahli dan sarjana muslim yang bertakwa, berakhlak, terampil, berilmu amaliah dan beramal ilmiah, mengembangkan dan menyebarluaskan Ilmu Pengetahuan, teknologi, seni yang berjiwa agama Islam, membangun masyarakat dan negara republik Indonesia yang adil dan makmur berdasarkan pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 yang diridhai Allah SWT. Serta mendalami, mengembangkan, dan menyebarluaskan pemahaman ajaran Agama Islam untuk dihayati dan diamalkan oleh warga Universitas dan masyarakat pada umumnya.

Pada tahun 2002 UII telah memiliki delapan fakultas yang terdiri atas Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Ilmu Agama Islam, Fakultas Psikologi (kemudian menjadi Fakultas Psikologi & Ilmu Sosial Budaya), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Teknologi Industri, Fakultas Kedokteran dan Fakultas Teknik Sipil & Perencanaan.

B. Gambaran Umum Responden

Pada bagian ini peneliti ingin menjelaskan karakteristik responden secara umum, guna untuk mengetahui perbedaan serta keberagaman para responden. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti adalah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Peneliti memilih mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia karena mayoritas dari mahasiswa/mahasiswa UII adalah beragama Islam. yang mana dengan hal ini, diharapkan responden yang telah dipilih dapat menjelaskan beberapa hal terkait aspek kehalalan pada minuman. Responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 64 responden. Responden pada penelitian ini dibedakan lagi kedalam dua jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 32 orang. Sama halnya dengan responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 32 orang.

Selain perbedaan dari jenis kelamin, responden pada penelitian ini juga terdiri dari mahasiswa/mahasiswi yang berbeda fakultas, antara lain Fakultas Ilmu Agama Islam, Fakultas Teknologi Industri, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Fakultas Kedokteran, Fakultas Hukum, dan juga Fakultas Ekonomi. Selanjutnya, responden pada penelitian ini juga dibedakan berdasarkan tingkatan semester perkuliahan, yaitu mahasiswa/mahasiswi dari angkatan 2015-2018. Alasan peneliti memilih mahasiswa/mahasiswi dari angkatan 2015-2018 menjadi responden karena menurut peneliti mahasiswa/mahasiswi angkatan 2015-2018 masih merupakan mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia.

C. Pembahasan Hasil Analisis

1. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online

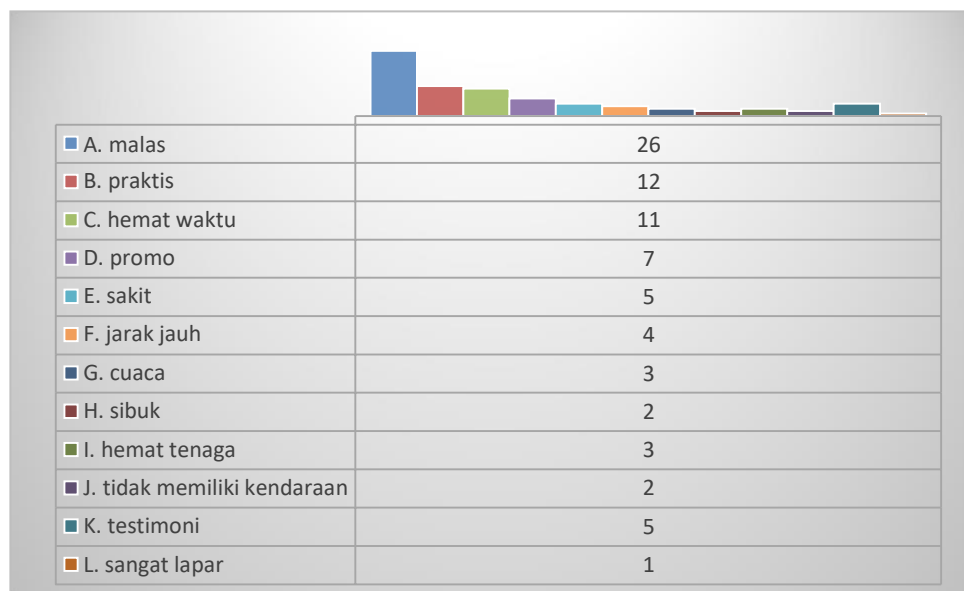
Berdasarkan penelitian terdahulu menjelaskan bahwa keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative. Dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat alternative pilihan. Jika konsumen tidak memiliki alternative untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan (Mujiyana, 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang menjadi keputusan responden dalam melakukan pembelian minuman secara *online*. Upaya untuk menemukan informasi terkait faktor-faktor yang menjadi keputusan responden ini diperoleh oleh penelenti melalui wawancara. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari 64 responden yaitu mahasiswa/mahasiswi UII, maka dapat diketahui bahwa faktor yang menjadi keputusan dalam melakukan pembelian minuman secara online sangatlah beragam. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, ada sebanyak 12 macam faktor yang menjadi keputusan pembelian minuman secara online, yaitu faktor kemalasan, faktor banyaknya promo, faktor cuaca, faktor kendaraan, faktor praktis, faktor sibuk, faktor sakit, faktor testimoni, faktor hemat waktu, faktor jarak jauh, faktor hemat tenaga dan faktor lapar.

Dari 12 macam faktor diatas, faktor yang paling utama yang menjadi keputusan pembelian minuman secara online adalah faktor kemalasan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari sebagian besar responden, malas adalah hal utama yang menjadi pemicu terjadinya pembelian minuman secara online. Beberapa responden berpendapat bahwasanya dengan adanya penjualan secara online maka sangat membantu konsumen untuk berbelanja terutama jika konsumen sedang dalam keadaan malas. Sebagian responden juga berpendapat bahwasanya dengan adanya penjualan secara online maka para konsumen tidak perlu bersusah payah untuk membeli minuman tersebut secara langsung. Bahkan salah satu dari responden mengatakan bahwa “jika ada yang

mudah untuk apa mencari yang susah”. Dari hasil wawancara, faktor malas untuk keluar membeli minuman secara langsung adalah jawaban yang paling banyak diberikan oleh responden.

Berdasarkan dari hasil penelitian, faktor kedua yang menjadi keputusan pembelian minuman secara online adalah faktor praktis. Menurut para responden yang memilih faktor tersebut, dengan adanya penjualan minuman secara online tersebut maka konsumen tidak perlu mengantri terlalu lama dan pembelian minuman pun akan lebih cepat. Setelah faktor malas dan praktis, faktor yang ketiga adalah faktor hemat waktu. Menurut beberapa responden yang memilih faktor hemat waktu, mereka berpendapat bahwa dengan membeli minuman secara online maka mereka bisa melanjutkan aktifitas lainnya sembari menunggu pesanan tanpa harus membuang banyak waktu. Berdasarkan hasil penelitian, tiga faktor diatas merupakan faktor yang paling sering menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian minuman secara online. Berdasarkan penelitian sebelumnya mengatakan bahwa benar dengan berbelanja secara online juga dapat menghemat waktu serta menghemat biaya transportasi (Ibnu Widiyanto, 2015).



Gambar 1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online

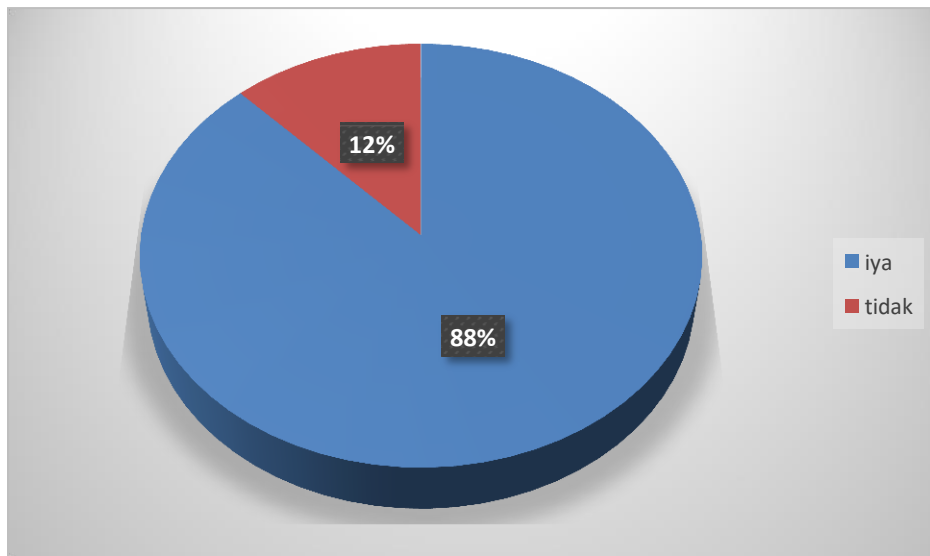
Berdasarkan hasil penelitian, dapat pula disimpulkan bahwa faktor promosi bukanlah faktor utama yang menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian secara *online*. Meskipun promosi yang dilakukan oleh produsen minuman sangatlah menarik, itu bukanlah hal utama yang membuat konsumen melakukan pembelian secara *online*. Tetapi faktor utamanya adalah faktor kemalasan, praktis dan faktor hemat waktu. Dengan kata lain bahwa konsumen melakukan pembelian secara *online* dikarenakan tiga hal tersebut. oleh karena itu, produsen minuman harus mampu meningkatkan pelayanan terhadap penjualan secara *online*.

2. Pemahaman Halal Responden

Dalam penelitian ini, penelitian tidak hanya ingin mencari tau atau meneliti terkait faktor apa saja yang menjadi pertimbangan responden dalam melakukan pembelian secara *online*, akan tetapi peneliti juga ingin mengetahui tingkat pemahaman responden terkait kehalalan produk minuman yang dibeli secara *online* tersebut. Sama halnya dengan diatas, upaya untuk mengetahui terkait pemahaman responden terhadap kehalalan suatu produk juga diperoleh melalui wawancara kepada responden. Dalam hal ini, peneliti ingin mencari tahu apakah halal-haram suatu minuman menjadi pertimbangan tertentu bagi responden sebelum melakukan pembelian minuman secara online.

Dari total 64 responden, ada sebanyak 58 responden yang mengatakan bahwa sebelum melakukan pembelian secara online, kehalalan dari minuman yang dibeli tersebut akan dipertimbangkan terlebih dahulu. Berdasarkan pendapat dari sebagian responden, sebelum melakukan pembelian, baik itu secara online maupun bukan alangkah baiknya halal atau haram dari produk yang kita beli harus kita ketahui terlebih dahulu, hal ini dikarenakan mayoritas dari kita adalah beragama Islam, yang mana dalam agama Islam segala sesuatu yang halal itu berarti diperbolehkan untuk dikonsumsi, begitu pula sebaliknya segala sesuatu yang haram itu berarti dilarang untuk dikonsumsi (dahlan, 2006).

Dari hasil penelitian, ada sebanyak 6 responden yang mengatakan bahwa ketika melakukan pembelian minuman secara online, mereka jarang sekali mempertimbangkan kehalalan dari minuman tersebut. menurut pendapat dari beberapa responden, mereka mengatakan bahwasanya kita hidup di Negara Indonesia yang mayoritas Muslim, dan kemungkinan besar minuman ataupun makanan yang haram tidak mungkin dijual secara terang-terangan. Hal ini sudah tertanam didalam diri mereka atau bahkan sudah menjadi keyakinan tersendiri bahwa minuman yang mereka beli itu halal karena minuman tersebut dijual di tempat umum dan juga di Negara Indonesia. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa saat ini terbilang masih banyak mahasiswa UII yang mempertimbangkan kehalalan suatu produk sebelum membeli produk tersebut. Hal ini dapat kita lihat pada diagram dibawah ini.

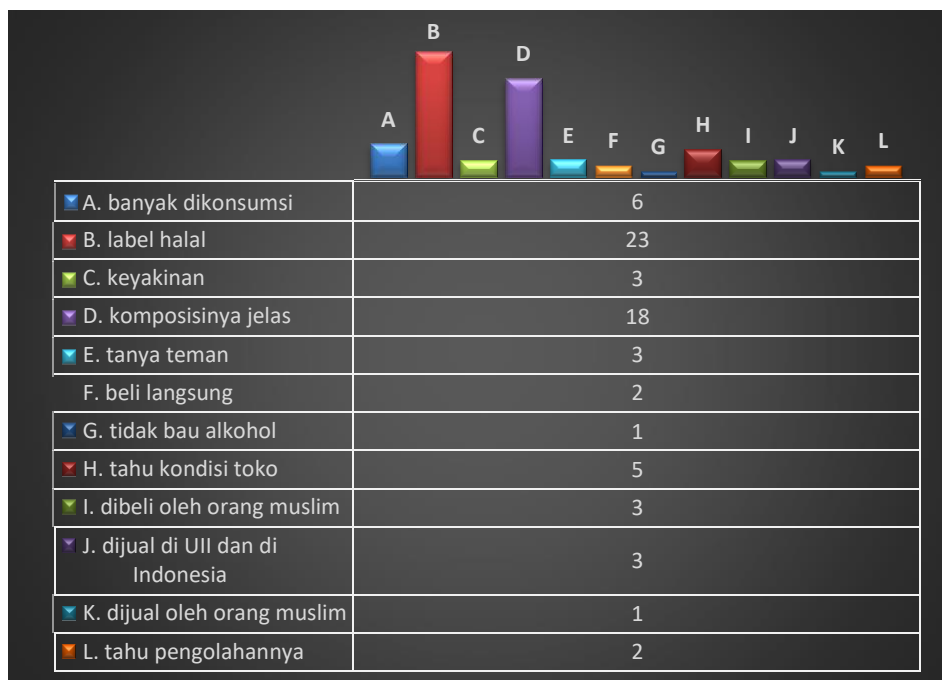


Gambar 2. Proporsi responden yang menyatakan pentingnya kehalalan terhadap minuman yang dibeli

Selain itu, peneliti juga mencari tahu terkait hal apa saja yang menyakinkan responden bahwa minuman yang dibeli secara *online* tersebut adalah minuman yang halal. Sebagian besar responden mengatakan bahwa dengan adanya label halal pada produk yang dibeli

dapat meyakinkan mereka bahwa minuman tersebut adalah minuman yang halal. Ada sebanyak 23 responden yang mengatakan bahwa dengan adanya label halal pada minuman yang dibeli secara online, maka hal itu sudah membuat mereka yakin bahwa minuman yang dibeli itu adalah minuman halal.

Selain itu, ada sekitaran 18 responden yang berpendapat bahwa dengan mengetahui secara jelas terkait komposisi atau bahan baku yang digunakan dalam pembuatan minuman tersebut maka hal itu sudah cukup untuk meyakinkan mereka bahwa minuman yang dibeli itu adalah minuman yang halal. Selain dari dua hal itu, masih banyak hal lainnya yang menurut para responden bisa meyakinkan mereka bahwa minuman yang mereka beli adalah minuman yang halal antara lain adalah minuman tersebut adalah minuman yang banyak dikonsumsi oleh banyak orang, kemudian minuman tersebut pernah dibeli secara langsung atau tidak dibeli secara online, kemudian minuman tersebut banyak dijual, selanjutnya minuman tersebut dijual oleh orang muslim, dll. Hal ini dapat kita lihat pada diagram dibawah ini.



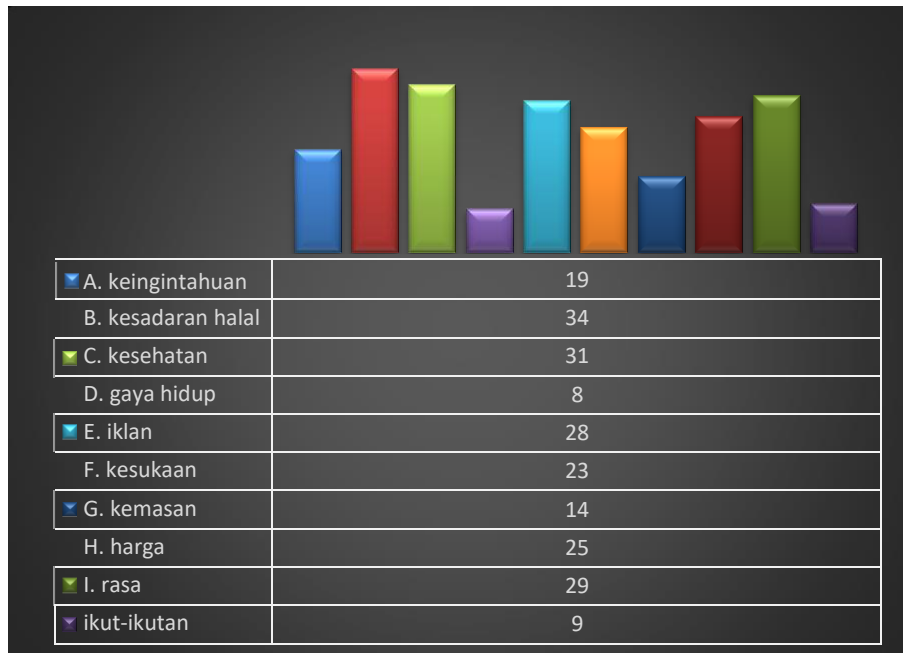
Gambar 2. Keyakinan kehalalan minuman yang dibeli secara *online*

3. Faktor Terkait Halal-Haram yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

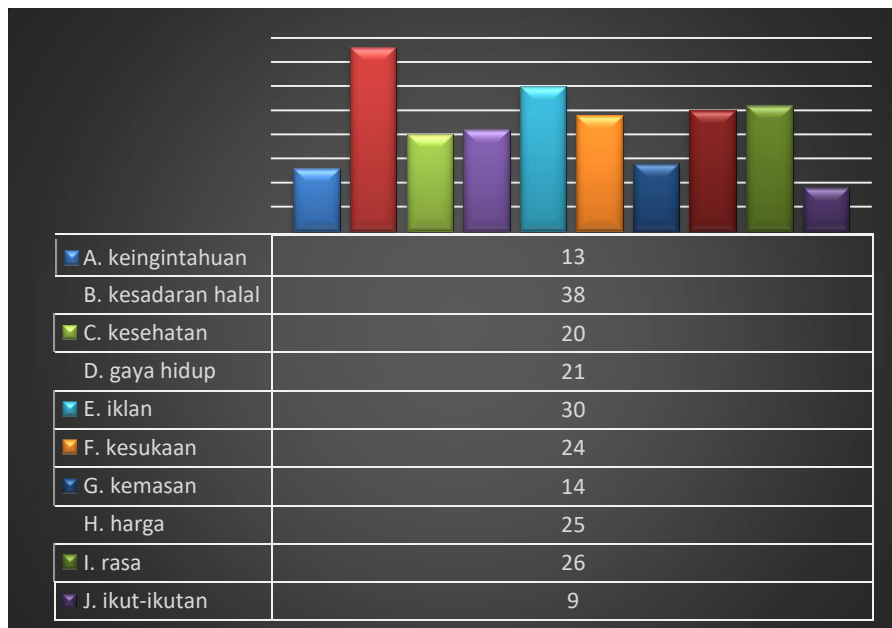
Dalam hal ini, peneliti ingin mencari tahu tingkat kesadaran halal dari responden dalam melakukan pembelian minuman secara online. Oleh karena itu, untuk memperluas data, peneliti memberikan angket kecil yang berisi 10 faktor-faktor terkait halal haram yang menjadi keputusan pembelian secara online. Dari 10 faktor tersebut, peneliti ingin mengetahui 3 faktor utama yang menjadi prioritas responden.

a. Fakultas Ilmu Agama Islam

Berdasarkan dari data hasil penelitian, faktor yang paling menjadi prioritas bagi mahasiswa/mahasiswi FIAI adalah faktor kesadaran halal. Baik putra ataupun putri kedua-keduanya memilih faktor yang paling menjadi pertimbangan adalah faktor kesadaran halal. Hal ini bisa dilihat dari total poin yang diperoleh dari setiap faktor yang ada, faktor kesadaran halal pada putri memiliki poin sebanyak 34 poin, sedangkan pada putra faktor kesadaran halal memiliki poin sebanyak 38 poin. Jika ditotalkan secara keseluruhan maka faktor yang paling menjadi prioritas bagi mahasiswa atau mahasiswi FIAI adalah faktor kesadaran halal dengan jumlah poin sebanyak 72 poin. Sedangkan faktor paling tidak menjadi prioritas bagi mahasiswa atau mahasiswi FIAI adalah faktor ikut-ikutan. Hal ini pula dapat dilihat dari total poin yang diperoleh dari faktor ikut-ikutan hanya sebanyak 18 poin, 9 poin didapatkan dari putri dan 9 poin lagi didapatkan dari putra. Dapat ditarik kesimpulan berarti faktor yang paling tidak menjadi prioritas bagi mahasiswa/i FIAI adalah faktor ikut-ikutan.



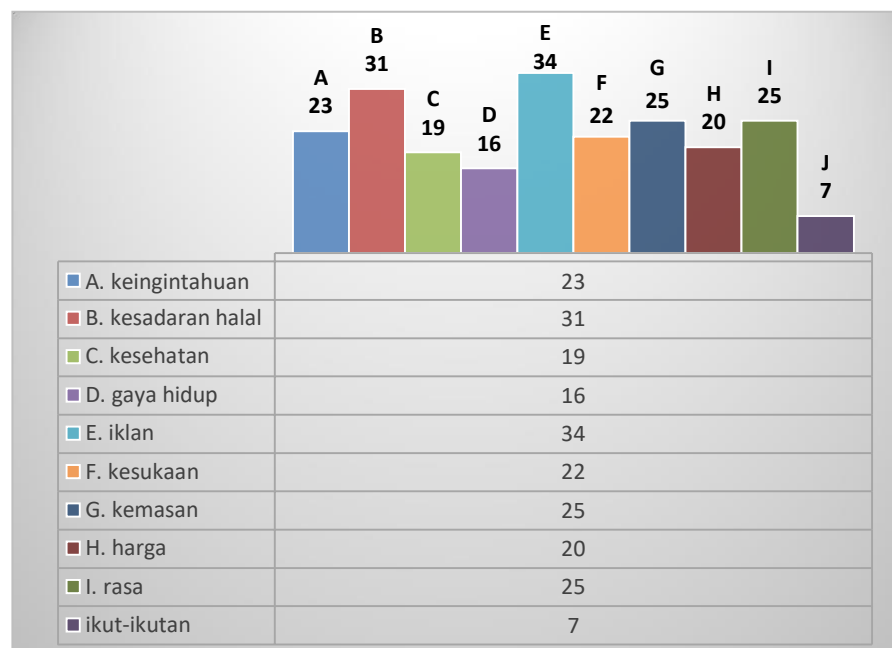
Gambar 3. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FIAI



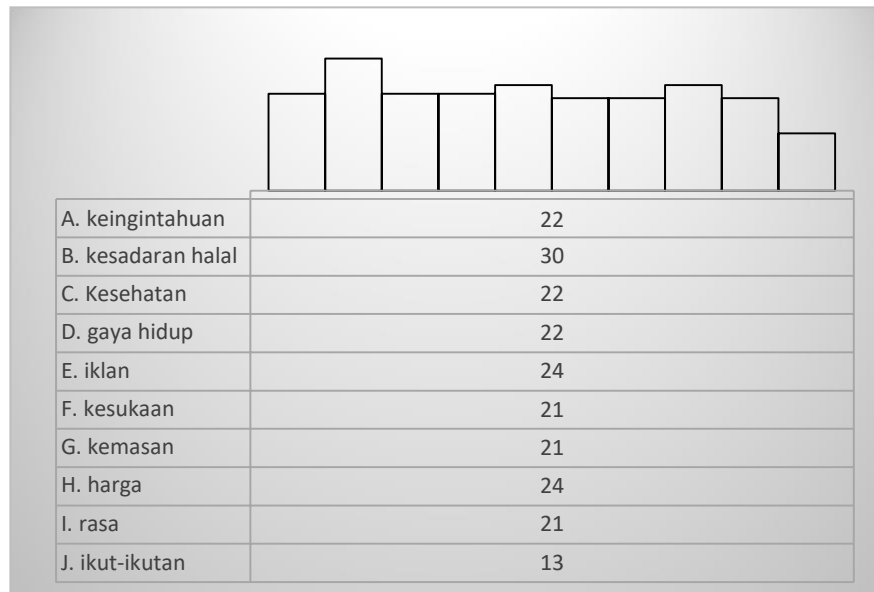
Gambar 4. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FIAI

b. Fakultas Ekonomi

Sama halnya dengan Fakultas Ilmu Agama Islam, faktor yang paling menjadi pertimbangan menurut Fakultas Ekonomi adalah faktor kesadaran halal, hal ini juga dapat dilihat dari total jumlah poin yang diperoleh dari putra dan putri yaitu sebesar 61 poin. Akan tetapi dalam hal ini terdapat perbedaan, jika total keseluruhan poin dari faktor-faktor tersebut antara putra dan putri tidak digabungkan atau tidak dijumlahkan secara keseluruhan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang menjadi prioritas utama bagi mahasiswi (putri) Fakultas Ekonomi adalah faktor iklan dengan total poin sebanyak 34 poin. Sedangkan faktor yang menjadi prioritas mahasiswa (putra) fakultas Ekonomi adalah faktor kesadaran halal. Sedangkan faktor yang sangat tidak menjadi prioritas bagi mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi adalah faktor ikut-ikutan dengan total poin sebanyak 20 poin, 7 poin diperoleh dari putri dan 13 poin diperoleh dari putra.



Gambar 5. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FE

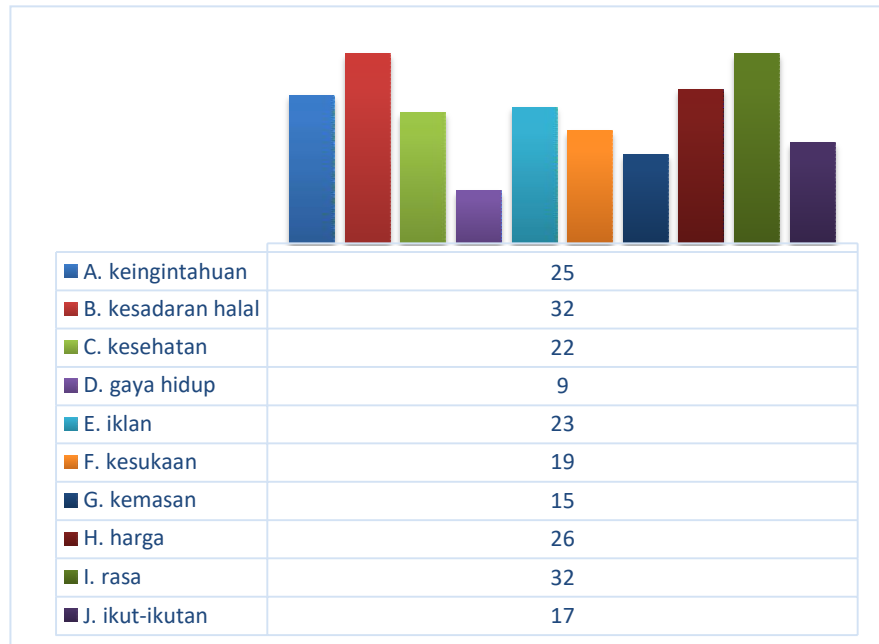


Gambar 6. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FE

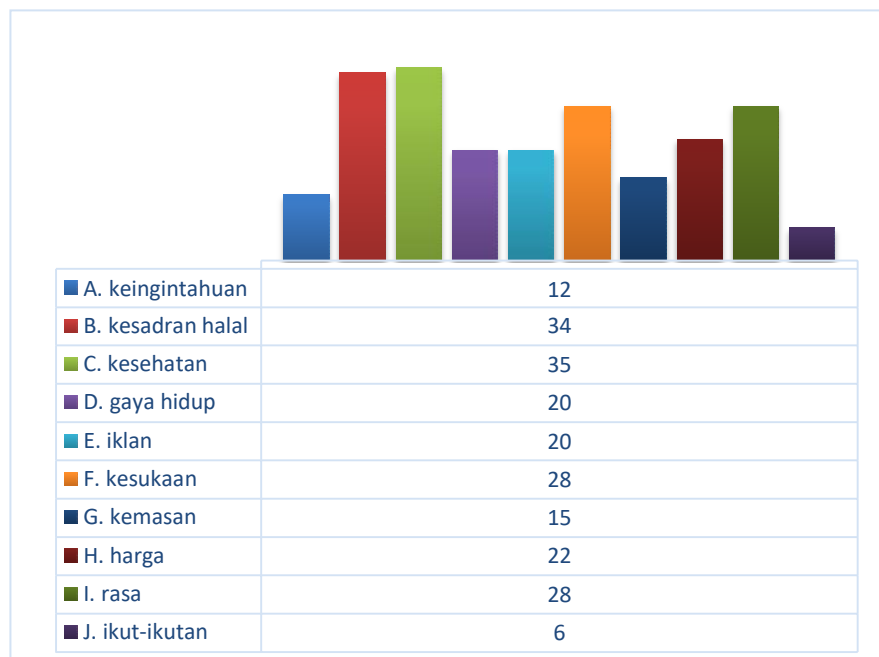
c. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Jika total poin antara mahasiswa atau mahasiswi digabungkan, maka menurut mahasiswa/i FMIPA faktor yang paling prioritas adalah faktor kesadaran halal dengan total poin sebanyak 66 poin. Akan tetapi jika total poin antara mahasiswa/i dipisah maka faktor yang paling menjadi prioritas bagi mahasiswi adalah faktor kesadaran halal sebanyak 32 poin dan faktor rasa juga sebanyak 32 poin. Sedangkan bagi mahasiswa FMIPA faktor yang paling prioritas adalah faktor kesehatan dengan total poin sebanyak 35 poin. Jika total poin antara mahasiswa/i digabung maka faktor yang sangat tidak menjadi prioritas adalah faktor ikut-ikutan dengan total poin hanya mencapai 23 poin, 17 poin diperoleh dari putri (mahasiswi) dan 6 poin diperoleh dari putra (mahasiswa). Namun dalam hal ini terdapat perbedaan antara mahasiswa dengan mahasiswi FMIPA, jika total poin tersebut tidak digabung secara bersamaan maka faktor yang sangat tidak menjadi prioritas bagi mahasiswi FMIPA adalah

faktor kemasan dengan total poin hanya 15 poin. Sedangkan faktor yang sangat tidak menjadi prioritas bagi mahasiswa (putra) FMIPA adalah faktor ikut-ikutan dengan total poin sebanyak 6 poin.



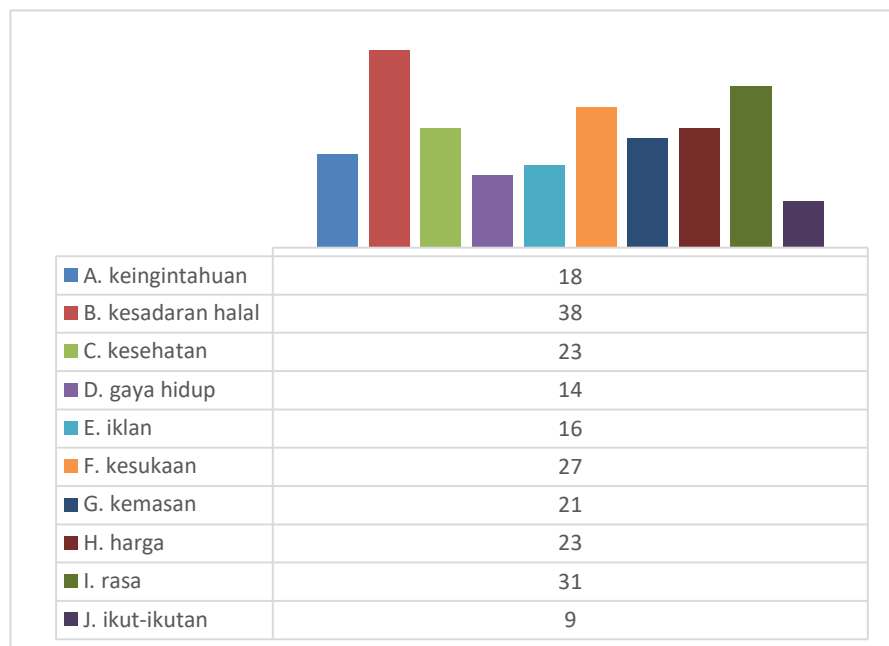
Gambar 7. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FMIPA



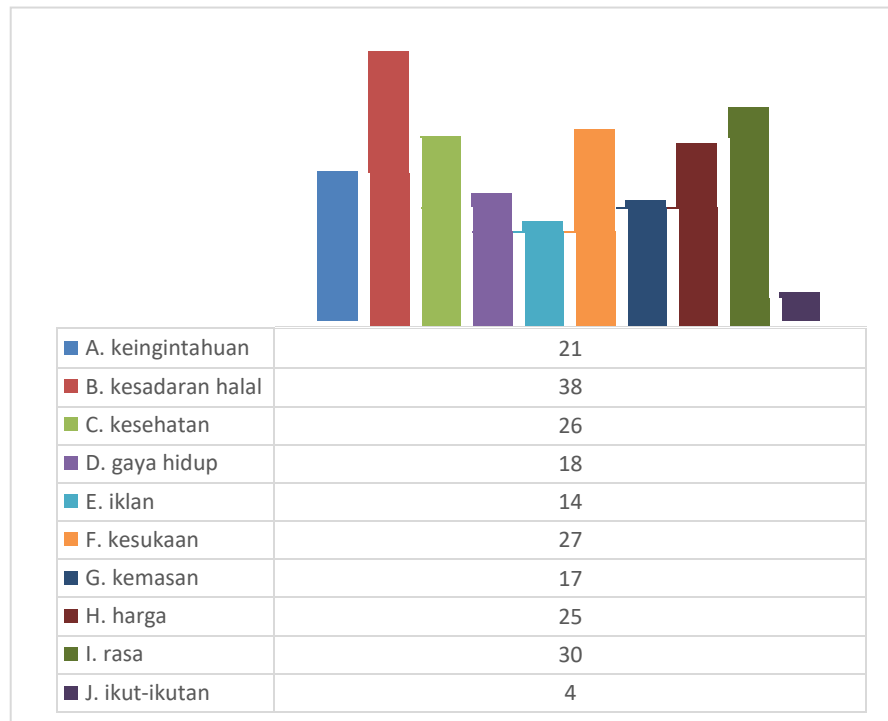
Gambar 8. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FMIPA

d. Fakultas Teknologi Industri

Dari hasil penelitian faktor utama yang menjadi pertimbangan mahasiswa/i FTI dalam melakukan pembelian secara online adalah faktor kesadaran halal dengan total poin yaitu 76 poin, 38 poin diperoleh dari putri dan 38 poin lagi diperoleh dari putra. Kedua keduanya faktor yang paling menjadi prioritas adalah faktor kesadaran halal. Sedangkan faktor yang tidak menjadi prioritas adalah faktor ikut-ikutan dengan total poin yaitu 13 poin, 9 poin diperoleh dari putri dan 4 poin diperoleh dari putra.



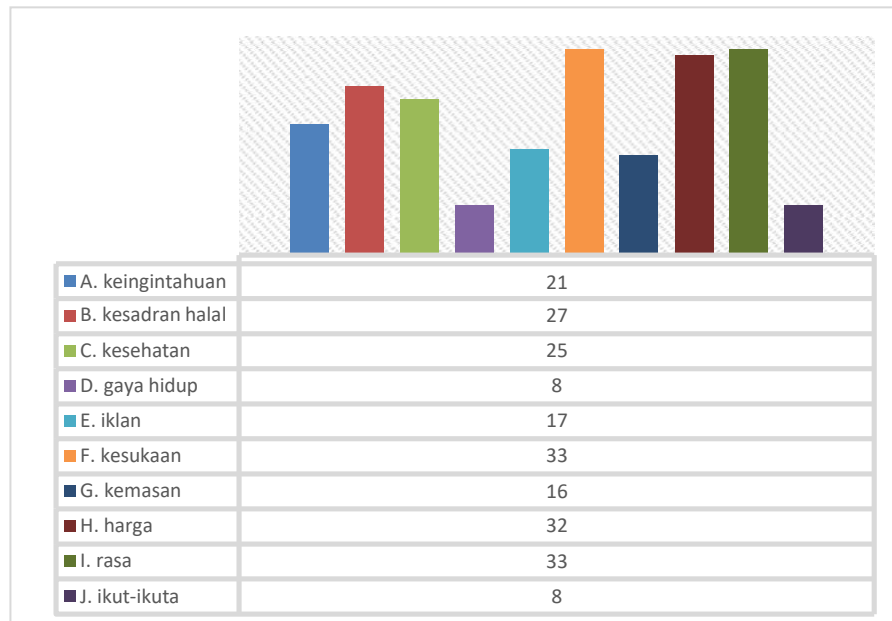
Gambar 9. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FTI



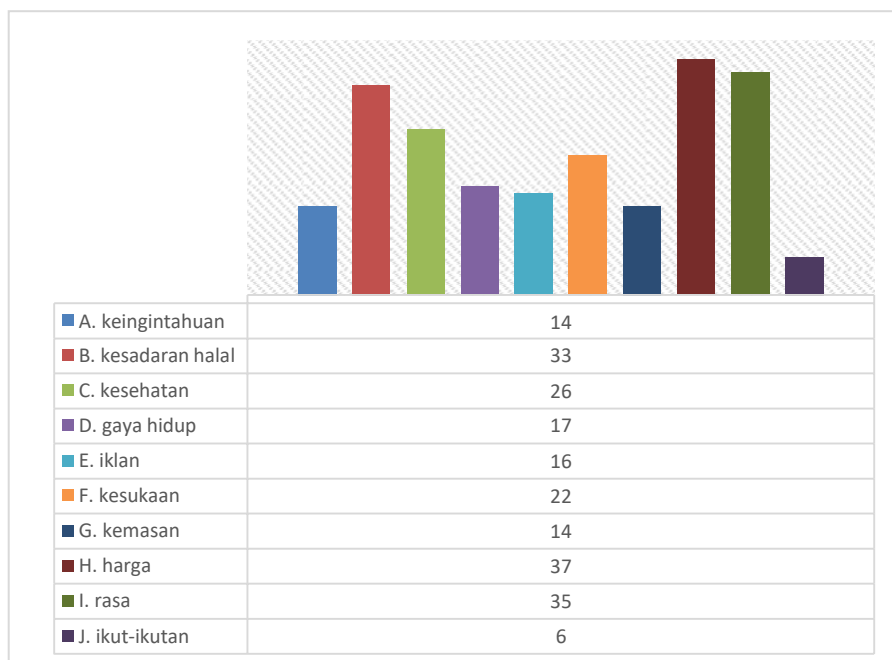
Gambar 10. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FTI

e. Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya

Berdasarkan dari hasil penelitian, faktor utama yang menjadi prioritas mahasiswa/i FPSB adalah faktor harga dengan total poin sebanyak 69 poin, 32 poin diperoleh dari putri dan 37 poin diperoleh dari putra. Dalam hal ini terdapat perbedaan antara putra dan putri. Menurut dari hasil data, ada dua faktor yang paling menjadi prioritas menurut mahasiswi(putri) FPSB yaitu faktor rasa yaitu sebanyak 33 poin dan faktor kesukaan sebanyak 33 poin. Sedangkan putra (mahasiswa) faktor yang paling menjadi prioritas adalah faktor harga dengan pon sebanyak 37 poin. Sedangkan faktor yang sangat tidak menjadi prioritas bagi mahasiswa/i FPSB adalah faktor ikut-ikutan dengan total poin sebanyak 14 poin, 6 poin diperoleh dari putri dan 8 poin diperoleh dari putra.



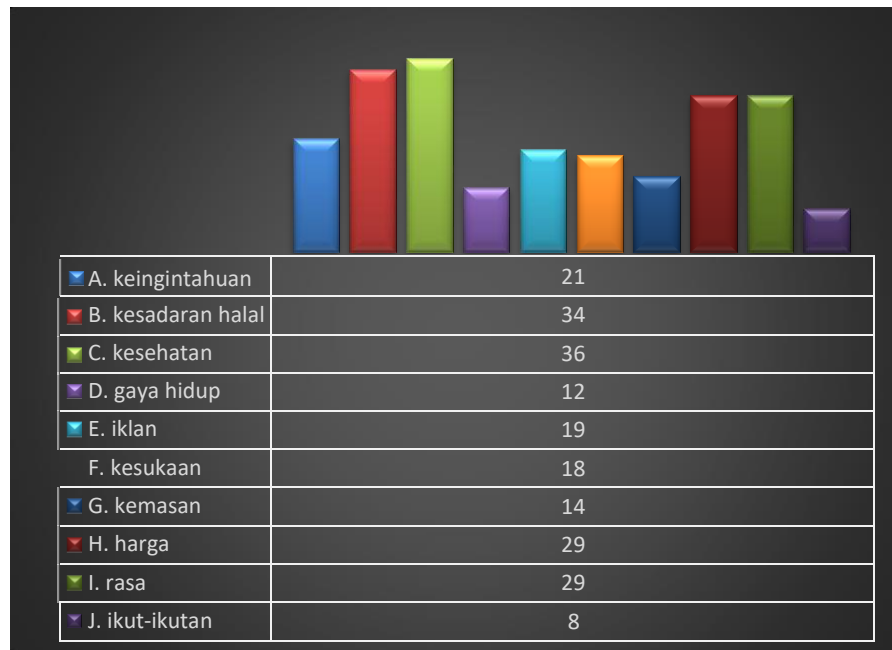
Gambar 11. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FPSB



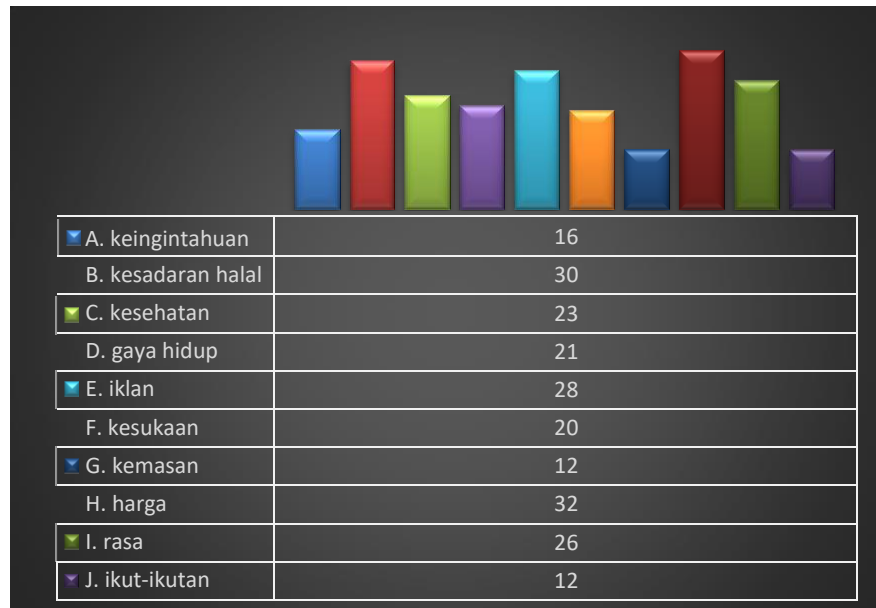
Gambar 12. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FPSB

f. Fakultas Hukum

Berdasarkan dari hasil penelitian, faktor yang paling menjadi pertimbangan bagi mahasiswa/i FH adalah faktor kesadaran halal dengan total poin sebanyak 64 poin, 34 poin diperoleh dari putri dan 30 poin diperoleh dari putra. Namun jika keduanya, antara putra dan putri dipisah, maka faktor yang paling menjadi prioritas putri adalah faktor kesehatan dengan total poin sebanyak 36 poin. Sedangkan faktor yang paling menjadi prioritas menurut putra adalah faktor harga sebanyak 32 poin. Sedangkan faktor yang sangat tidak dipertimbangkan oleh mahasiswa/i FH adalah faktor ikut-ikutan dengan total poin sebanyak 20 poin, 8 poin diperoleh dari putri dan 12 poin diperoleh dari putra. Unikny, bagi mahasiswa (putra) FH, faktor yang sangat tidak diprioritaskan bukan hanya faktor ikut-ikutan saja, tapi juga termasuk faktor kemasan dengan total poin sebanyak 12 poin.



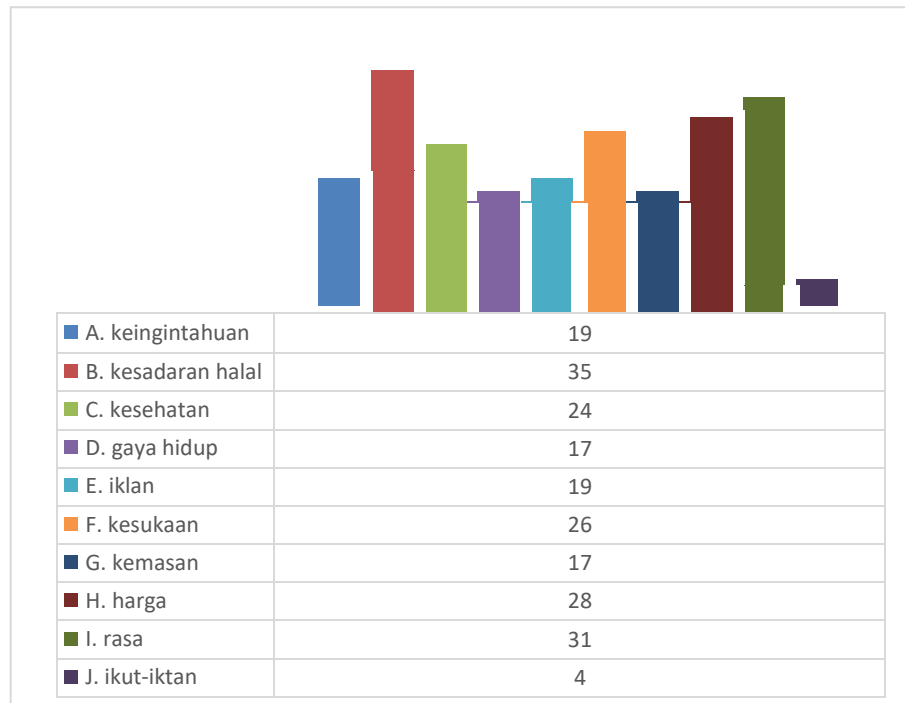
Gambar 13. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FH



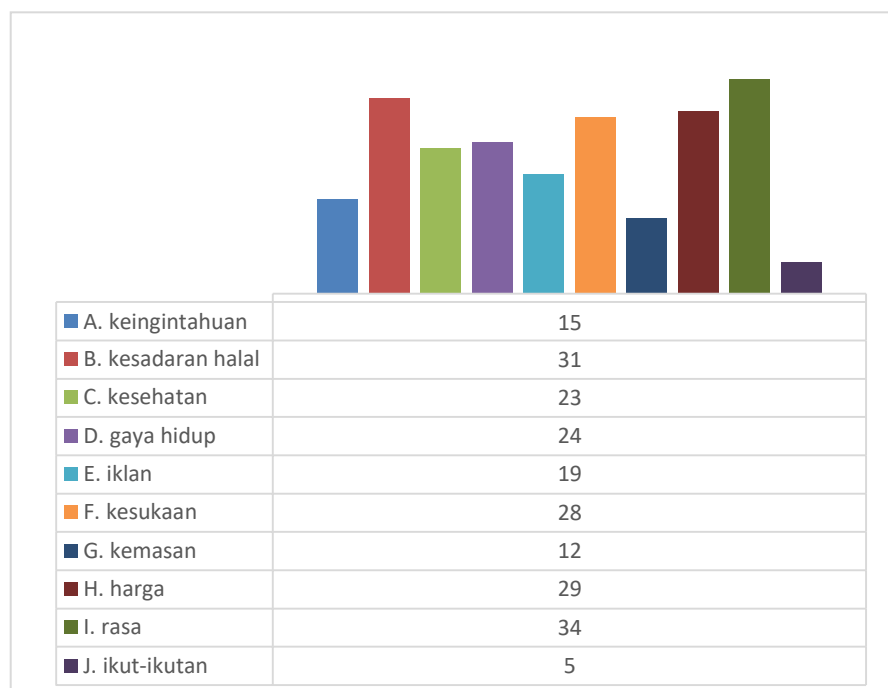
Gambar 14. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FH

g. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Berdasarkan hasil penelitian, faktor utama yang menjadi prioritas mahasiswa/i FTSP adalah faktor kesadaran halal dengan jumlah poin sebanyak 66 poin, 35 poin diperoleh dari putri dan 31 poin diperoleh dari putra. Sedangkan faktor yang menurut mahasiswa/i FTSP tidak terlalu menjadi pertimbangan adalah faktor faktor ikut-ikutan dengan total poin sebanyak 9 poin, 4 poin diperoleh dari putri dan 5 poin diperoleh dari putra.



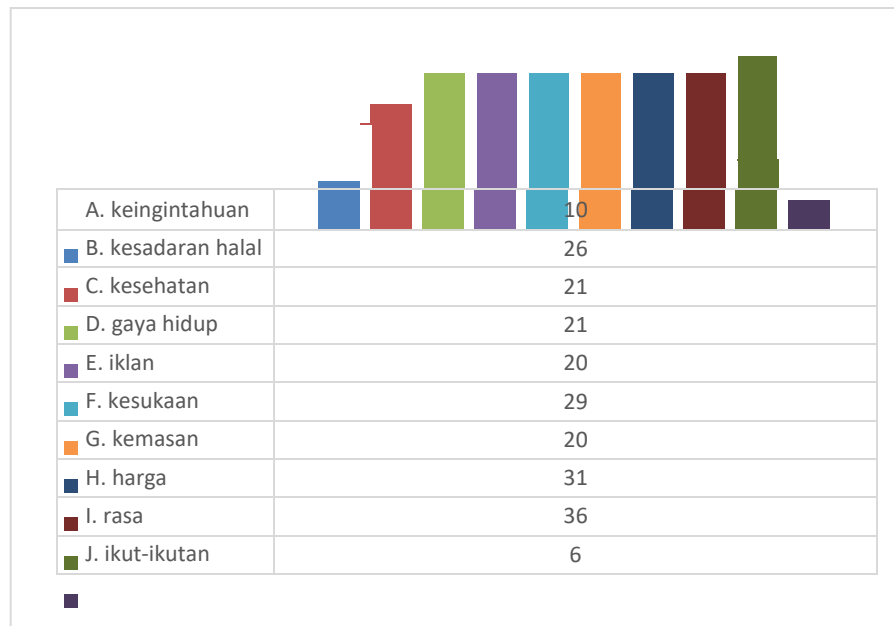
Gambar 15. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FTSP



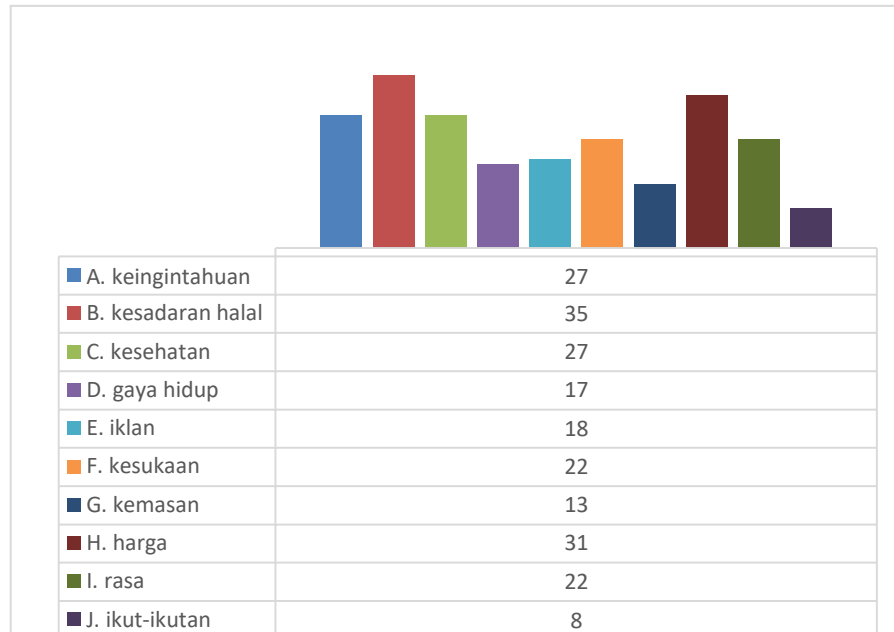
Gambar 16. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FTSP

h. Fakultas Kedokteran

Berdasarkan dari hasil penelitian, fakultas Kedokteran adalah fakultas yang dapat dikatakan berbeda dengan fakultas lain, fakultas ini memiliki dua faktor yang sama-sama sangat menjadi prioritas atau sangat di pertimbangkan oleh mahasiswa/i FK yaitu faktor kesadaran halal dengan total poin 61 poin. Ada sebanyak 26 poin yang diperoleh dari putri dan 35 poin diperoleh dari putra. Kemudian faktor yang paling menjadi prioritas bagi mahasiswa/i FK adalah faktor harga dengan total poin sama dengan total poin faktor kesadaran halal yaitu 61 poin. 31 poin diperoleh dari putri dan 31 poin lagi diperoleh dari putra. Namun jika total antara poin putra dan putri tidak digabungkan, maka faktor utama yang paling menjadi prioritas putri adalah faktor rasa dengan total poin sebanyak 36 poin. Sedangkan putra, faktor yang paling menjadi prioritas masih tetap faktor kesadaran halal dengan total poin yaitu sebanyak 35 poin. Sedangkan faktor yang sangat tidak menjadi pertimbangan adalah faktor ikut-ikutan dengan total poin 14. 6 poin diperoleh dari putri dan 8 poin diperoleh dari putra.

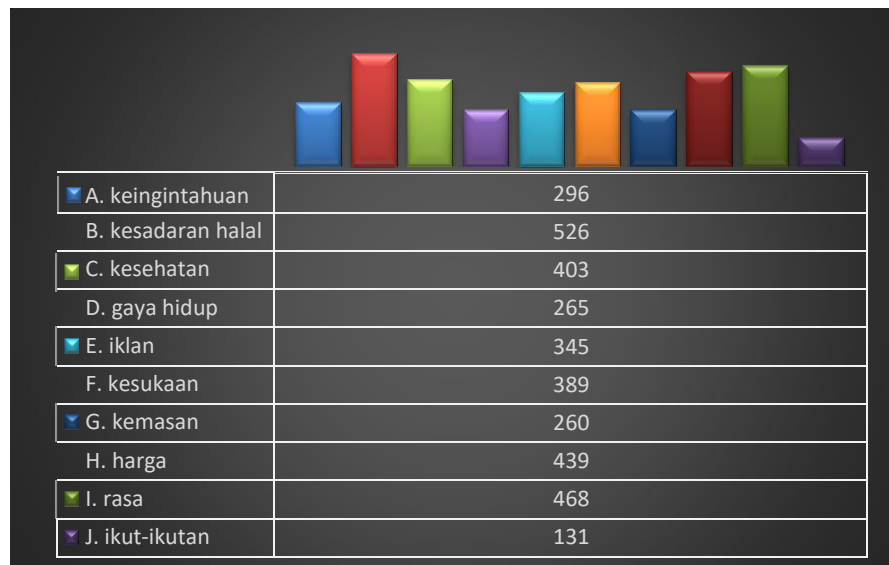


Gambar 17. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswi FK



Gambar 18. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa FK

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan responden faktor yang paling utama adalah faktor kesadaran halal, kemudian disusul oleh faktor harga, dan yang ketiga adalah faktor kesehatan. Sedangkan faktor yang sangat tidak menjadi prioritas adalah faktor ikut-ikutan.



Gambar 19. Faktor terkait Halal Haram yang menjadi keputusan pembelian mahasiswa/i dari semua fakultas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler A. , 2001). Definisi lain dari keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Kotler d. A., 2008). Upaya untuk mengetahui terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online peneliti melakukan wawancara dan membagikan angket kecil yang berisi 10 faktor yang menjadi keputusan pembelian kepada responden guna untuk memperoleh informasi yang sebanyak-banyaknya.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengangkat beberapa kesimpulan terkait faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian minuman secara online. Berdasarkan hasil penelitian faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian secara online adalah faktor kemalasan. Sedangkan faktor utama terkait halal-haram yang menjadi keputusan pembelian secara online adalah faktor kesadaran halal. Berdasarkan dari penelitian, bisa dikatakan bahwa 90% responden masih tetap mempertimbangkan halal-haram dalam melakukan pembelian secara online. Dari hasil penelitian, peneliti juga memperoleh informasi terkait hal apa saja yang meyakinkan konsumen bahwa minuman yang dibeli secara online tersebut adalah minuman halal. Berdasarkan dari data hasil penelitian, hal yang paling utama yang membuat responden yakin bahwa minuman yang dibeli tersebut adalah minuman halal yaitu terdapat label halal atau logo halal LPPOM MUI pada produk minuman tersebut.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin berguna demi kebaikan bersama.

1. Sebagian responden masih tidak mempertimbangkan halal-haram ketika

melakukan pembelian, sebaiknya kita selaku mahasiswa/i Universitas Islam Indonesia dan juga beragama Islam sudah seharusnya selalu memperhatikan atau mempertimbangkan halal-haram dari produk yang kita beli.

2. Untuk peneliti yang selanjutnya diharapkan dapat memperoleh atau mengkaji lebih banyak lagi sumber ataupun referensi yang terkait dengan penelitian ini.
3. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperoleh data yang lebih banyak lagi dan lebih relevan.
4. Untuk produsen minuman, semoga dengan adanya penelitian ini maka dapat mengevaluasi kinerja penjualannya. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa faktor yang paling utama yang menjadi keputusan pembelian minuman secara *online* adalah faktor kemalasan, oleh karena itu produsen minuman harus meningkatkan pelayanan penjualan secara *online* tersebut agar lebih diminati oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz dahlan.2006 “*Ensiklopedi Hukum Islam*”, (Jakarta; PT. Ichtiar Baru Vsan Hoeve) hlm., 505-506.
- Arikunto, Suharsini. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA
- Antonika, Azhari Rangga, Fibra Nurainy.2015. “*Analisi Perilaku Mahasiswa Dalam Proses Keputusan Pembelian Produk Pangan Halal : Studi Kasus Mahasiswa Universitas Lampung*”. *Jurnal Teknologi Industri dan Hasil pertanian* Vol 20, No 2.
- Echdar, Saban. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Harun Ozkisia, Murat Topaloglu.2015. “*Identifying College Students’ Feelings and Thoughts about Online Shopping*”. *Procedia Economics and Finance* 39 (2016) 17 – 23
- Ibnu Widiyanto, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Internet. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 111.
- Islam, M. S. (2015). “*An Analysis of Factors Affecting on Online Shopping Behavior of Consumers*”. *European Journal of Business and Management*, Vol 7, No 28, 1-12.
- Kosuke Miyatake, Toshinori Nemoto, Satoshi Nakaharai, Katsuhiko Hayashi. 2016. “*Reduction in consumers’ purchasing cost by online shopping*”. *Transportation Research Procedia* 12 (2016) 656 – 666.
- Kotler, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Armstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Luh Alviolita Kusuma Nusarika, Ni Made Purnami. 2015. “*Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada produk fashion online di kota Denpasar)*”. *Jurnal manajemen Unud* Vol 4, No 8.
- Mujiyana, Ingge Elissa. 2103. “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi*

- Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*". Jurnal jati undip Vol 8. Muhd Syarifuddin. 2016. "Analisi Tentang Aktivitas Buruh Tani dalam Memenuhi Kebutuhan Pokok di Kelurahan Bukuan Kecamatan Palaran Kota Samarinda". Jurnal Sosiatri-sosiologi Vol 4, No 3.
- Mustafa „Afifi bin Ab. Halima1, Kamilah Wati binti Mohd, dkk. 2012. "Consumer Protection of Halal Products In Malaysia: A Literature Highlight". Procedia - Social and Behavioral Sciences 121 (2014) 68 – 78.
- Miwan kurniawan hidayat, Retno Catur Pangestu Ningrum . 2017. "Sistem Informasi Penjualan Online pada Toko Yusuf Bekasi". Jurnal IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology) Vol 2, No 2
- Noorlaily Fitdiarini. 2015. "Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang". Jurnal Ekonomi dan bisnis tahun XXVI, No .
- Paul, J. Peter dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumendan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Rambe, D. S. (2014). "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian online (E-commerce)(pada penggunaan internet dan pembelian online, toko online LAZADA.CO.ID di Kota Medan)". Skripsi, 1-138.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen. Edisi ke Tujuh*. Jakarta: PT. Indeks
- Sutopo, HB. 2006, *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Pres
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. (Bandung:ALFABETA)
- Sugiyono, 2016, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. (Bandung:ALFABETA)
- Winarti, S. 2006. *Minuman Kesehatan*. Surabaya: Trubus Agrisaran
- Zivile Bauboniene, G. G. (2015). "E-COMMERCE FACTORS INFLUENCING CONSUMERS,, ONLINE SHOPPING DECISION". Social technologies, 74-81.

LAMPIRAN
TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama	: Astanugraha
NIM	: 15423149
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jurusan	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : malas untuk keluar dan ada banyak promo	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : karena terdapat label halal dari LPPOM MUI	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Kesadaran Halal	
2. Gaya Hidup	
3. Iklan	
4. Favorit/kesukaan	
5. Harga	
6. Rasa	
7. Keingintahuan	
8. Kesehatan	
9. kemasan	
10. faktor ikut-ikutan	

Nama	: Ashila
NIM	: 16422166
Jenis kelamin	: perempuan
Jurusan	: pendidikan agama Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : malas untuk keluar	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti karena kita adalah umat muslim	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : mengetahui bahan yang terkandung didalam minuman tersebut	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Iklan	
2. Kesadaran Halal	
3. Keingintahuan	
4. Kesehatan	
5. Kemasan	
6. Harga	
7. Rasa	
8. Faktor ikut-ikutan	
9. Kesukaan	
10. Gaya hidup	

Nama	: Tri Sasono Hadi
NIM	: 16423077
Jenis kelamin	: laki-laki

Jurusan	: ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : malas untuk keluar, dapat mengefisiensikan waktu, dan tidak tahu dimana tempatnya atau lokasi penjualan	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : rekomendasi dari teman dan benar benar tahu produk tersebut	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Harga	
2. Kesadaran halal	
3. Gaya hidup	
4. Iklan	
5. Kesehatan	
6. Rasa	
7. Kemasan	
8. Favorit/kesukaan	
9. Faktor ikut-ikutan	
10. Keingintahuan	

Nama	: Ula UI Husna
NIM	: 17423102
Jenis kelamin	: perempuan
Jurusan	: ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam

1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?
Jawaban : malas untuk keluar dari kos
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?
Jawaban : iya, pasti karna kita adalah orang Islam
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?
Jawaban : terdapat label halal dari LPPOM MUI, minuman tersebut banyak dibeli oleh orang muslim.
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Rasa
2. Iklan
3. Favorit/kesukaan
4. Harga
5. Kesehatan
6. Kesadaran Halal
7. Gaya hidup
8. Faktor ikut-ikutan
9. Keingintahuan
10. Kemasan

Nama	: Imam Salman A
NIM	: 17423033
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jurusan	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban	: produk tersebut banyak dibeli oleh orang-orang

2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?
Jawaban : pasti
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?
Jawaban : banyak dikonsumsi oleh teman-teman
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Kesadaran Halal
2. Iklan
3. Rasa
4. Kesehatan
5. Kemasan
6. Faktor ikut-ikutan
7. Favorit/kesukaan
8. Keingintahuan
9. Harga
10. Gaya hidup

Nama	: Nurlela
NIM	: 18423019
Jenis kelamin	: Perempuan
Jurusan	: ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : malas untuk keluar	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, tentu saja	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	

Jawaban : banyak orang yang beli, banyak dijual, dan tahu persis bagaimana tempat penjualannya
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Kesadaran halal
2. Kesehatan
3. Rasa
4. Favorit/kesukaan
5. Keingintahuan
6. Harga
7. Iklan
8. Kemasan
9. Faktor ikut-ikutan
10. Gaya hidup

Nama	: Raihan Izza
NIM	: 18423022
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jurusan	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : lebih mudah dan mengefisiensi waktu	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : terdapat label halal dan banyak orang yang membeli produk tersebut	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	

1. Favorit/kesukaan
2. Kesadaran halal
3. Rasa
4. Harga
5. Iklan
6. Keingintahuan
7. Kesehatan
8. Gaya hidup
9. Kemasan
10. Faktor ikut-ikutan

Nama	: Rimayani Dwi Arlinda
NIM	: 15423175
Jenis kelamin	: perempuan
Jurusan	: ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : sakit dan cuaca yang tidak memungkinkan untuk keluar	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : tau bagaimana penjualannya	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Kesadaran halal	
2. Kesehatan	
3. Harga	
4. Rasa	

5. Kesukaan
6. Iklan
7. Kemasan
8. Keingintahuan
9. Gaya hidup
10. Faktor ikut-ikutan

Nama : Anik Refi
NIM : 16213081
Jenis kelamin : perempuan
Jurusan : perbankan
Fakultas : Ekonomi
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?
Jawaban : ada banyak promo
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?
Jawaban : iya, pasti
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?
Jawaban : karena saya selalu membeli minuman yang pernah saya beli secara langsung
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Kesehatan
2. Kesadaran halal
3. Rasa
4. Harga
5. Favorit/kesukaan
6. Iklan
7. Gaya hidup

8. Kemasan
9. Faktor ikut-ikutan
10. Keingintahuan

Nama	: Maulana M Ibrahim
NIM	: 16211084
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jurusan	: manajemen
Fakultas	: ekonomi
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : karena tertarik saat melihat review dari orang	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : terdapat label halal, komposisinya jelas dan minuman tersebut juga banyak dibeli oleh orang-orang	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Kesehatan	
2. Kesadaran halal	
3. Keingintahuan	
4. Gaya hidup	
5. Harga	
6. Rasa	
7. Iklan	
8. Favorit/kesukaan	
9. Kemasan	
10. Faktor ikut-ikutan	

Nama	: Nindha
NIM	: 17313211
Jenis kelamin	: perempuan
Jurusan	: ilmu ekonomi
Fakultas	: ekonomi
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : karena tempat penjualan minuman tersebut terlalu jauh	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti menjadi pertimbangan	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : terdapat label halal dan bertanya kepada teman terlebih dahulu	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Kesadaran halal	
2. Iklan	
3. Kemasan	
4. Favorit/kesukaan	
5. Harga	
6. Rasa	
7. Kesehatan	
8. Faktor ikut-ikutan	
9. Keingintahuan	
10. Gaya hidup	

Nama	: Nindha
NIM	: 17312150
Jenis kelamin	: perempuan

Jurusan	: akuntansi
Fakultas	: ekonomi
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : kondisi kesehatan yang tidak memungkinkan untuk keluar	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : terdapat label halal dan bahan bakunya juga jelas	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Iklan	
2. Keingintahuan	
3. Kesehatan	
4. Kesadaran halal	
5. Harga	
6. Rasa	
7. Favorit/keukaan	
8. Kemasan	
9. Faktor ikut-ikutan	
10. Gaya hidup	

Nama	: Sabha Mita
NIM	: 18211086
Jenis kelamin	: Perempuan
Jurusan	: D3 Manajemen
Fakultas	: ekonomi
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian	

minuman secara online?
Jawaban : malas untuk keluar
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?
Jawaban : pasti
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?
Jawaban : karena minuman tersebut banyak dikonsumsi oleh orang-orang
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Rasa
2. Favorit/kesukaan
3. Keingintahuan
4. Kemasan
5. Gaya hidup
6. Iklan
7. Kesehatan
8. Kesadaran halal
9. Harga
10. Faktor ikut-ikutan

Nama	: Rico Nurillahi
NIM	: xxxxxx
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jurusan	: Farmasi
Fakultas	: Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban	: malas untuk keluar
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	

Jawaban : iya
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?
Jawaban : label halal
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Kesadaran halal
2. Harga
3. Kesehatan
4. Rasa
5. Iklan
6. favorit/kesukaan
7. kemasan
8. keingintahuan
9. gaya hidup
10. faktor ikut-ikutan

Nama	: Nais Ranasati
NIM	: 15623129
Jenis kelamin	: perempuan
Jurusan	: farmasi
Fakultas	: matematika dan ilmu pengetahuan alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban	: cuaca yang tidak memungkinkan untuk keluar
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban	: kadang saya tidak berfikir terhadap halal haram suatu produk, karena saya yakin saja, karena kita ini hidup di negara Indonesia.
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban	: terdapat label halal, dan yang menjual minuman tersebut adalah

orang Islam
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Iklan
2. Harga
3. Keingintahuan
4. Faktor ikut-ikutan
5. Kesadaran halal
6. Kemasan
7. Rasa
8. Kesehatan
9. Favorit/kesukaan
10. Gaya hidup

Nama	: Alifyady Ridho Utomo
NIM	: 16612031
Jenis kelamin	: laki-laki
Jurusan	: ilmu kimia
Fakultas	: matematika dan ilmu pengetahuan alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban	: karena dengan membeli secara online lebih gampang
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban	: pastinya
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban	: mengetahui dengan persis bahan dasar dan cara pembuatan minuman tersebut
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	

1. Kesehatan
2. Kesadaran halal
3. Rasa
4. Favorit/kesukaan
5. Keingintahuan
6. Gaya hidup
7. Kemasan
8. Harga
9. Faktor ikut-ikutan
10. Iklan

Nama : Cutwan Iynayah Putri
NIM : 16612016
Jenis kelamin : perempuan
Jurusan : ilmu kimia
Fakultas : matematika dan ilmu pengetahuan alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?
Jawaban : malas untuk keluar dan juga dapat meminimalisirkan waktu
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?
Jawaban : tidak selalu, kadang-kadang saja. Jika yang menjual produk tersebut adalah muslim, maka saya percaya saja.
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?
Jawaban : komposisi dari produk minuman tersebut tidak membahayakan
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Rasa
2. Iklan

3. Kesadaran halal
4. Keingintahuan
5. Kesehatan
6. Faktor ikut-ikutan
7. Harga
8. Kemasan
9. Favorit/kesukaan
10. Gaya hidup

Nama : Luthfia Pasha Hanindyta
NIM : 17612016
Jenis kelamin : perempuan
Jurusan : ilmu kimia
Fakultas : matematika dan ilmu pengetahuan alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?
Jawaban : tidak memungkinkan untuk keluar
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?
Jawaban : pasti
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?
Jawaban : terdapat label halal dan bahan baku atau komposisi dari minuman tersebut tidak membahayakan.
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas
1. Rasa
2. Harga
3. Kesadaran halal
4. Kesehatan

5. Favorit/kesukaan
6. Iklan
7. Kemasan
8. Keingintahuan
9. Gaya hidup
10. Faktor ikut-ikutan

Nama	: Muhammad Fikri Arkaan
NIM	: 17612048
Jenis kelamin	: laki-laki
Jurusan	: ilmu kimia
Fakultas	: matematika dan ilmu pengetahuan alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : malas untuk keluar	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : pasti, karena kita adalah umat muslim	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : tahu persis tokonya seperti apa, produk apa yang dijual dan manfaat dari produk tersebut	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Iklan	
2. Kesehatan	
3. Kesadaran halal	
4. Gaya hidup	
5. Favorit/kesukaan	
6. Harga	

7. Rasa
8. Kemasan
9. Faktor ikut-ikutan
10. Keingintahuan

Nama	: Hafizh Royhan
NIM	: 18612095
Jenis kelamin	: Laki-laki
Jurusan	: kimia
Fakultas	: Matematika dan ilmu pengetahuan alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : lebih efisien waktu dan lebih praktis	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : iya, pasti	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : terdapat label halal dan komposisinya jelas	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Favorit/kesukaan	
2. Rasa	
3. Kesehatan	
4. kesadaran halal	
5. gaya hidup	
6. harga	
7. kemasan	
8. iklan	
9. keingintahuan	

10. faktor ikut-ikutan

Nama	: Dwi Nur Anisawati
NIM	18612032
Jenis kelamin	: perempuan
Jurusan	: ilmu kimia
Fakultas	: matematika dan ilmu pengetahuan alam
1. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?	
Jawaban : karena penasaran saat melihat iklan	
2. Apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?	
Jawaban : pasti, karena saya muslim	
3. Hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?	
Jawaban : terdapat label halal dan penjual minuman tersebut juga orang Islam	
4. Yang menjadi pertimbangan prioritas	
1. Kesadaran halal	
2. Favorit/kesukaan	
3. Rasa	
4. Keingintahuan	
5. Kesehatan	
6. Gaya hidup	
7. Harga	
8. Kemasan	
9. Iklan	
10. faktor ikut-ikutan	

Jawaban dari tiga pertanyaan

Noted :

Pertanyaan 1 : Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian minuman secara online?

Pertanyaan 2 : apakah halal atau haram menjadi suatu pertimbangan dalam pembelian tersebut?

Pertanyaan 3 : hal apa yang meyakinkan anda bahwa produk tersebut halal atau haram?

Data dari wawancara pertanyaan 1

Hasil Wawancara Pertanyaan 1	Jumlah	Fakultas
Malas untuk keluar	1	FE
Malas untuk keluar	1	FE
Malas untuk keluar	1	FE
Malas untuk keluar	1	FIAI
Malas untuk keluar	1	FIAI
Malas untuk keluar	1	FIAI
Malas untuk keluar	1	FIAI
Malas untuk keluar	1	FIAI
Malas untuk keluar	1	FMIPA
Malas untuk keluar	1	FMIPA
Malas untuk keluar	1	FTI
Malas untuk keluar	1	FTI
Malas untuk keluar	1	FTI
Malas untuk keluar	1	FTI
Malas untuk keluar	1	FPSB
Malas untuk keluar	1	FPSB
Malas untuk keluar	1	FPSB
Malas untuk keluar	1	FPSB
Malas untuk keluar	1	FPSB
Malas untuk keluar	1	FH
Malas untuk keluar	1	FTSP
Malas untuk keluar	1	FTSP
Malas untuk keluar	1	FTSP
Malas untuk keluar	1	FTSP
Malas untuk keluar	1	FK
Malas untuk keluar	1	FK
TOTAL	26	
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FIAI
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FMIPA
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FMIPA

Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FH
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FPSB
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FPSB
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FTI
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FH
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FTSP
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FTSP
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FK
Lebih cepat, gampang dan praktis	1	FK
TOTAL	12	
Hemat Waktu	1	FE
Hemat Waktu	1	FIAI
Hemat Waktu	1	FIAI
Hemat Waktu	1	FMIPA
Hemat Waktu	1	FMIPA
Hemat Waktu	1	FTI
Hemat Waktu	1	FH
Hemat Waktu	1	FTSP
Hemat Waktu	1	FK
Hemat Waktu	1	FK
Hemat Waktu	1	FK
TOTAL	11	
Ada Banyak Promo	1	FE
Ada Banyak Promo	1	FIAI
Ada Banyak Promo	1	FMIPA
Ada Banyak Promo	1	FTI
Ada Banyak Promo	1	FPSB
Ada Banyak Promo	1	FTSP
Ada Banyak Promo	1	FK
TOTAL	7	
Sedang dalam keadaan sakit	1	FE
Sedang dalam keadaan sakit	1	FE
Sedang dalam keadaan sakit	1	FMIPA
Sedang dalam keadaan sakit	1	FTI
TOTAL	4	

Tempat Penjualannya jauh	1	FE
Tempat Penjualannya jauh	1	FTI
Tempat Penjualannya jauh	1	FH
TOTAL	3	
Cuaca yang tidak memungkinkan untuk keluar	1	FE
Cuaca yang tidak memungkinkan untuk keluar	1	FTSP
cuaca yang tidak memungkinkan untuk keluar	1	FK
TOTAL	3	
Sibuk Mengerjakan Tugas	1	FE
Sibuk Mengerjakan Tugas	1	FK
TOTAL	2	
Hemat Tenaga	1	FPSB
Hemat Tenaga	1	FK
TOTAL	2	
Banyak Testimoni	1	FIAI
Banyak yang beli	1	FIAI
Produk Tersebut Terkenal	1	FIAI
Tidak tahu dimana tempatnya	1	FIAI
penasaran karena melihat iklan	1	FMIPA
tidak memiliki kendaraan	1	FMIPA
tidak memiliki kendaraan	1	FPSB
TOTAL	2	
tidak perlu ngantri	1	FTI
Dalam Keadaan Sangat Lapar	1	FPSB
Tertarik melihat review dari orang-orang	1	FE

Data hasil wawancara pertanyaan 2

Hasil Wawancara Pertanyaan 2	Jumlah	Fakultas
iya	8	FE
Tidak	0	FE
iya	8	FIAI
Tidak	0	FIAI
iya	6	FMIPA
Tidak	2	FMIPA
iya	6	FTI
Tidak	2	FTI
iya	7	FPSB
Tidak	1	FPSB
iya	7	FH
Tidak	1	FH
iya	8	FTSP
Tidak	0	FTSP
iya	8	FK
Tidak	0	FK

Data hasil wawancara pertanyaan 3

Hasil Wawancara Pertanyaan 3	Jumlah	Fakultas
Minuman tersebut banyak dikonsumsi oleh orang-orang	1	FE
Minuman tersebut banyak dikonsumsi oleh orang-orang	1	FE
Minuman tersebut banyak dikonsumsi oleh orang-orang	1	FTI
Minuman tersebut banyak dikonsumsi oleh orang-orang	1	FIAI
Minuman tersebut banyak dikonsumsi oleh orang-orang	1	FIAI
TOTAL	5	
Terdapat Label Halal	1	FE
Terdapat Label Halal	1	FE

Terdapat Label Halal	1	FE
Terdapat Label Halal	1	FE
Terdapat Label Halal	1	FE
Terdapat Label Halal	1	FIAI
Terdapat Label Halal	1	FIAI
Terdapat Label Halal	1	FIAI
Terdapat Label Halal	1	FMIPA
Terdapat Label Halal	1	FMIPA
Terdapat Label Halal	1	FMIPA
Terdapat Label Halal	1	FTI
Terdapat Label Halal	1	FTI
Terdapat Label Halal	1	FPSB
Terdapat Label Halal	1	FH
Terdapat Label Halal	1	FH
Terdapat Label Halal	1	FTSP
Terdapat Label Halal	1	FTSP
Terdapat Label Halal	1	FTSP
Terdapat Label Halal	1	FTSP
Terdapat Label Halal	1	FK
Terdapat Label Halal	1	FK
Terdapat Label Halal	1	FK
TOTAL	23	
Keyakinan Diri Sendiri	1	FE
Keyakinan Diri Sendiri	1	FH
Keyakinan Diri Sendiri	1	FTI
TOTAL	3	
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FE
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FE
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FIAI
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FMIPA
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FMIPA
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FTI
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FTI
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FPSB
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FPSB
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FPSB
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FPSB
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FH

Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FH
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FH
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FTSP
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FTSP
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FK
Bahan baku dan komposisinya jelas	1	FK
TOTAL	18	
Bertanya ke teman terlebih dahulu	1	FE
Bertanya ke teman terlebih dahulu	1	FK
TOTAL	2	
Pernah Beli Secara Langsung	1	FE
Pernah Beli Secara Langsung	1	FMIPA
TOTAL	2	
Tidak ada hal yang berbau alkohol	1	FE
mengetahui tempat atau kondisi toko	1	FE
mengetahui tempat atau kondisi toko	1	FE
mengetahui tempat atau kondisi toko	1	FIAI
mengetahui tempat atau kondisi toko	1	FTI
mengetahui tempat atau kondisi toko	1	FPSB
TOTAL	5	
minuman tersebut banyak dijual	1	FIAI
Banyak dikonsumsi oleh kawan-kawan	1	FIAI
Banyak dibeli oleh orang muslim	1	FIAI
Banyak dibeli oleh orang muslim	1	FMIPA
Banyak dibeli oleh orang muslim	1	FTI
TOTAL	3	
Rekomendasi dari teman-teman	1	FIAI
minuman/bahan yang digunakan tidak mencurigakan	1	FTI
minuman/bahan yang digunakan tidak mencurigakan	1	FPSB
TOTAL	2	

minuman tersebut dijual disekitar kampus UII	1	FTI
minuman tersebut dijual di Indonesia	1	FTI
Karena kita hidup dilingkungan orang Islam	1	FPSB
Penjualnya memakai kerudung	1	FPSB
Tahu cara pengolahannya	1	FPSB
Tahu cara pengolahannya	1	FPSB
TOTAL	2	
karena pemiliknya beragama Islam	1	FTSP
Tidak mengandung unsur ribawi	1	FTSP
minuman tersebut cukup terkenal	1	FTSP
minuman tersebut produk lokal	1	FK
cek terlebih dahulu di Internet	1	FK

Data hasil dari penelitian “10 faktor keputusan pembelian”

Noted :

Pa/Pi= Putra/Putri

- a. Keingintahuan
- b. Kesadaran halal
- c. Kesehatan
- d. Gaya hidup
- e. Iklan
- f. Kesukaan
- g. Kemasan
- h. Harga
- i. Rasa
- j. Faktor ikut-ikutan

Poin 1-10

Tertinggi = 10

Terendah = 1

No	Fakultas	Pa/Pi	a	b	c	d	e	f	g	h	i	J
1	FE	Pi	3	8	4	6	5	9	7	2	10	1
		Pi	9	7	8	1	10	4	3	6	5	2
		Pi	2	10	4	1	9	7	8	6	5	3
		Pi	9	6	3	8	10	2	7	6	5	1
	TOTAL	23	31	19	16	34	22	25	20	25	7	
	Pa	8	9	10	7	4	3	2	6	5	1	
		4	10	7	3	2	9	5	6	8	1	
		8	1	2	4	9	5	7	6	3	10	
		2	10	3	8	9	4	7	6	5	1	
		TOTAL	22	30	22	22	24	21	21	24	21	13
2	FAI	Pi	3	10	9	2	5	6	4	8	7	1
		Pi	6	10	9	1	4	7	3	5	8	2
		Pi	8	9	7	1	10	2	6	5	4	3
		Pi	2	5	6	4	9	8	1	7	10	3
	TOTAL	19	34	31	8	28	23	14	25	29	9	
	Pa	5	9	4	3	6	10	2	7	8	1	
		4	10	3	9	8	7	2	6	5	1	
		3	10	7	1	9	4	6	2	8	5	
		1	9	6	8	7	3	4	10	5	2	
		TOTAL	13	38	20	21	30	24	14	25	26	9
3	FMIPA	Pi	7	8	6	1	9	2	3	4	10	5
		Pi	7	10	6	5	2	9	3	4	8	1
		Pi	3	8	7	2	5	6	4	9	10	1
		PI	8	6	3	1	7	2	5	9	4	10
	TOTAL	25	32	22	9	23	19	15	26	32	17	
	Pa	2	7	8	6	3	10	4	5	9	1	
		6	9	10	5	1	7	4	3	8	2	
		1	8	9	7	10	6	3	5	4	2	
		3	10	8	2	6	5	4	9	7	1	
		TOTAL	12	34	35	20	20	28	15	22	28	6
4	FTI	Pi	3	8	7	2	4	5	6	9	10	1
		Pi	3	10	9	8	2	7	6	4	5	1
		Pi	4	10	5	1	6	8	3	9	7	2
		Pi	8	10	2	3	4	7	6	1	9	5

TOTAL	18	38	23	14	16	27	21	23	31	9
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

Pa	4	10	7	3	2	9	5	6	8	1
Pa	9	8	4	10	3	7	2	6	5	1
Pa	5	10	9	3	4	7	2	6	8	1
Pa	3	10	6	2	5	4	8	7	9	1

TOTAL	21	38	26	18	14	27	17	25	30	4
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

5 FPSB

Pi	4	10	7	2	3	9	5	6	8	1
Pi	7	6	5	2	10	4	3	9	8	1
Pi	6	4	7	2	1	10	3	9	8	5
Pi	4	7	6	2	3	10	5	8	9	1

TOTAL	21	27	25	8	17	33	16	32	33	8
--------------	----	----	----	---	----	----	----	----	----	---

Pa	6	7	8	4	5	3	2	9	10	1
Pa	2	8	7	6	5	4	3	10	9	1
Pa	4	8	7	2	5	6	3	10	9	1
Pa	2	10	4	5	1	9	6	8	7	3

TOTAL	14	33	26	17	16	22	14	37	35	6
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

6 FH

Pi	3	7	8	6	4	5	2	9	10	1
Pi	4	9	10	1	8	2	5	7	6	3
Pi	4	9	10	1	2	8	5	7	6	3
Pi	10	9	8	4	5	3	2	6	7	1

TOTAL	21	34	36	12	19	18	14	29	29	8
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

Pa	4	10	9	1	6	5	3	8	7	2
Pa	3	7	8	4	5	6	2	9	10	1
Pa	7	4	3	6	10	1	2	9	5	8
Pa	2	9	3	10	7	8	5	6	4	1

TOTAL	16	30	23	21	28	20	12	32	26	12
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

7 FTSP

Pi	4	10	9	5	6	3	2	8	7	1
Pi	4	9	10	2	5	7	3	6	8	1
Pi	8	9	3	2	4	10	7	5	6	1
Pi	3	7	2	8	4	6	5	9	10	1

TOTAL	19	35	24	17	19	26	17	28	31	4
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

Pa	5	6	8	7	4	3	1	9	10	2
Pa	2	9	3	10	7	8	5	6	4	1
Pa	2	9	7	3	5	8	4	6	10	1
Pa	6	7	5	4	3	9	2	8	10	1

	TOTAL	15	31	23	24	19	28	12	29	34	5
8 FK	Pi	1	8	6	5	10	4	2	9	7	3
	Pi	2	4	7	6	3	9	8	5	10	1
	Pi	3	7	2	8	4	6	5	9	10	1
	Pi	4	7	6	2	3	10	5	8	9	1
	TOTAL	10	26	21	21	20	29	20	31	36	6
	Pa	7	10	2	1	3	8	4	6	9	5
	Pa	10	7	9	6	5	4	3	8	2	1
	Pa	6	10	9	8	5	4	3	7	2	1
	Pa	4	8	7	2	5	6	3	10	9	1
	TOTAL	27	35	27	17	18	22	13	31	22	8
	total seluruh	29 6	52 6	40 3	26 5	34 5	38 9	26 0	43 9	46 8	13 1

