

**ANALISIS PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK
MAKANAN DALAM KEMASAN BERLABEL HALAL
(Study Pada Santri Pondok Pesantren Krapyak)**



SKIRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata Satu.

Oleh:

NUR AINUN NASUTION

NIM: 13810167

**PRODI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017

**ANALISIS PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK
MAKANAN DALAM KEMASAN BERLABEL HALAL
(Study Pada Santri Pondok Pesantren Krapyak)**



SKIRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata Satu.**

Oleh:

NUR AINUN NASUTION

NIM: 13810167

Dosen Pembimbing:

JOKO SETYONO, SE., M.Si

NIP. 19730702 200212 1 003

**PRODI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2017**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman label halal, faktor sosial, dan faktor psikologi terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner. Metode statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 orang santri mahasiswi pondok pesantren Ali Maksum Krpyak dari jumlah populasi 100.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman label halal (X1), faktor sosial (X2), faktor psikologi (X3). Secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa variabel pemahaman label halal (X1), tidak berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal. Sedangkan variabel faktor sosial (X2), tidak berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal. Hanya variabel faktor psikologi (X3), yang berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal.

Kata kunci: pemahaman, sosial, psikologi, niat beli produk makanan dalam kemasan, label halal.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of halal label comprehension, social factors, and psychological factors on the intention to buy packaged food products labeled as halal. This research is an quantitative study using purposive sampling technique using a questionnaire. The statistical methods used adalalah multiple linear regression with the number of samples in this study were 70 students of the boarding school student Ali Maksum Krapyak of the total population of 100.

The results of this study indicate that the halal label comprehension variable (X1), social factors (X2), psychological factors (X3). Simultaneously significant positive effect on purchase intentions in the packaging of food products labeled as halal. Based on analysis of partial regression can be seen that the variable understanding of halal label (X1), no significant positive effect on purchase intentions in the packaging of food products labeled as halal. While variable social factors (X2) no significant positive effect on purchase intentions in the packaging of food products labeled as halal. Only psychological factor variable (X3) were significant positive effect on purchase intention decision packaged food products labeled as halal.

Keywords: comprehension, social, psychological, purchase intentions in the packaging of food products, halal label.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-841/Un.02/DEB/PP.05.3/03/2017

Tugas akhir dengan judul : **Analisis Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Beli Produk Makanan dalam Kemasan Berlabel Halal (Study Pada Santri Pondok Pesantren Krapyak)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nur Ainun Nasution
Nomor Induk Mahasiswa : 13810167
Telah diujikan pada : Jumat, 27 Februari 2017
Nilai Ujian Tugas Akhir : A/B

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua sidang

Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Dr. H. Syafiq Mahmadah, M. Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

Penguji II

Ibi Sa'ib, S.H.I., M.Si
NIP. 19770910 200901 1 011

Yogyakarta, 3 Maret 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Nur Ainun Nasution
Lamp : -

Kepada

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalmu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nur Ainun Nasution
NIM : 13810167
Judul Skripsi : **“Analisis Pengaruh Pemahaman Label Halal
dan Faktor sosial Terhadap Niat Beli Produk Makanan
dalam Kemasan Berlabel Halal (Study Pada Santri Pondok
Pesantren Krapyak)”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami harapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatian kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 4 Jumadil Akhir 1438 H
3 Maret 2017 M

Pembimbing I

JOKO SETYONO, SE., M. Si.
Nip. 19730702 200212 1 003

x

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Ainun Nasution
NIM : 13810167
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor sosial Terhadap Niat Beli Produk Makanan dalam Kemasan Berlabel Halal (Study Pada Santri Pondok Pesantren Krpyak)**", adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 4 Jumadil Akhir 1438 H
3 Maret 2017 M

Penyusun,



Nur Ainun Nasution
NIM. 13810167

**PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Ainun Nasution
NIM : 13810167
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi Mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (non-exclusive royalty free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal (Study Pada Santri Pondok Pesantren Krapyak)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 3 Maret 2017

Yang menyatakan



(Nur Ainun Nasution)

MOTTO

**Hanya kepada Engkaulah kami menyembah dan
hanya kepada Engkaulah kami mohon
pertolongan
(Q.S Al-Fatihah ayat 5)**

**Jika Banyak kegagalan dalam Hidup ini dikarenakan orang-orang
tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan
saat mereka menyerah
(Thomas Alva Edison)**



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. ALLAH SWT yang telah menggerakkan hati ini untuk selalu bersemangat disetiap langkah kehidupan serta melimpahkan berkah dan rahmatnya.
2. Bpk. Alidin Nasution dan Ibu Herayanti Nasution atas doa serta dorongan baik moril maupun materil dan atas perjuangannya yang mampu mengantarku anakmu untuk masuk perguruan tinggi sekaligus menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Adikku Nur Isnaini Nst, Hamzah Marazuki Nst, Asrul Gunawan Nst, Ali Imran Nst, Asril Nst yang diam-diam membakar api semangat dalam hidupku untuk menjadi seorang kakak yang bisa menjadi panutan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Robbil 'Alamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada khotamul anbiya' wal mursaliin Sayyidina Muhammad SAW. Semoga kita semua (khususnya diri penulis pribadi) mampu meneladani akhlak Beliau sehingga pantas untuk mendapatkan syafaat dari-Nya di hari kiamat kelak.

Penulis menyadari penyusunan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Berkat do'a, pengorbanan, serta motivasi baik langsung maupun tidak langsung dari merekalah tugas akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. KH Yudian Wahyudi Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Sunaryati, S.E., M.Si selaku selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunana Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak arahan serta masukan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Sunarsih, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunana Kalijaga Yogyakarta.
6. Teman-teman KKN angkatan 90 Pandan Saren, khususnya untuk kelompok 23
7. Segenap keluarga besar civitas akademika UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
8. Kedua orang tua penulis yaitu Ayahanda Alidin Nasution dan Ibunda Herayanti Nasution serta adik-adik ku Nur Isnaini Nst, Hamzah Marazuki Nst, Asrul

Gunawan Nst, Ali Imran Nst, Asril Nst, yang telah mendoakan dan mendukung penulis agar senantiasa selalu belajar dan berkarya.

9. Seluruh Pegawai/Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam mengurus segala keperluan selama masa perkuliahan dan skripsi
10. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala ilmu yang diberikan.
11. Teman-teman Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2013 Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta. Khususnya Desi, risky, natasha, sakinah, liya, holifah yang telah memberikan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi.
12. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
13. HMI FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak memberikan jasa bagi penulis baik pengembangan akademik maupun leadership.
14. Teman-teman seperjuangan Alumni Pondok Pesantren Musthafawiyah Purba Baru Mandailing Natal, sumatra utara sebagai rekan-rekan seperantauan.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diberi balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT. dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya. Aamiin Ya Rabbal'Alamiin.
16. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
17. Teman-teman pengajar TPA Al-Haq

Yogyakarta, 3 Maret 2017

Nur Ainun Nasution

NIM. 13810167

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Ĵim	j	je
ح	Ĥā'	ĥ	ha
خ	Khā'	kh	(dengan titik di bawah)
د	Dāl	d	ka dan ha de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	d	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em en
ن	Nūn	N	w
و	Wāwu	W	ha
هـ	Hā'	h	apostrof
ء	Hamzah	`	Ye
ي	Yā'	Y	

II. Konsonan Rangkap Tunggal karena Syaddah Ditulis Rangkap

تَعَدَّمَدَة	Ditulis	Muta'addidah
عَدَّة	Ditulis	'iddah

III. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā’</i>

IV. Vokal Pendek dan Penerapannya

---- َ ----	Fathah	ditulis	<i>A i</i>
---- ِ ----	Kasrah	ditulis	<i>u</i>
---- ُ ----	Ḍammah	ditulis	

فعل	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>ẓukira yaẓhabu</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	

V. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية	ditulis	<i>Ā jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati تنس	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu ماتي	ditulis	<i>furūḍ</i>
فروض	ditulis	

VI. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati بينكم	ditulis ditulis ditulis ditulis	<i>Ai bainakum au</i> <i>qaul</i>
2. fatḥah + wāwu mati قول		

VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم أعدت لئن شكرتم	ditulis Ditulis ditulis	<i>a'antum</i> <i>u'iddat</i> <i>la'in syakartum</i>
----------------------------	-------------------------------	--

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن القياس	ditulis ditulis	<i>al-Qur'ān</i> <i>al-Qiyās</i>
------------------	--------------------	-------------------------------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء الشمس	ditulis ditulis	<i>as-Samā</i> <i>asy-Syams</i>
-----------------	--------------------	------------------------------------

IX. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض أهل السنة	ditulis ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i> <i>ahl as-sunnah</i>
-------------------------	--------------------	--

X. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
- Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	viii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKIRIPSI	ix
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	x
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	xi
HALAMAN MOTTO	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	10
2.1. Kerangka Teori.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumsi	10
2.1.2 Pemahaman Label Halal	15
2.1.3 Faktor Sosial.....	25
2.1.4 Faktor Psikologi	29
2.2 Tinjauan Pustaka	38
2.3 Pengembangan Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Instrumen Penelitian	46
3.5 kuesioner Model Skala Likert	46
3.6 Data dan Sumber Data	47
3.7 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel	47
3.7.1 Variabel Bebas (Indevenden Variable).....	47
3.7.2 Variabel Terikat (Devenden Variable).....	49
3.8 Metode Analisis Data.....	49
3.8.1 Uji Validitas	49
3.8.2 Uji Reliabilitas	50
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.4 Uji Regresi Linier Berganda	52
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Analisis Deskriptif	55
4.1.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	55
4.1.2 Karakteristik Responden.....	55
4.2 Evaluasi Model Pengukuran	59
4.2.1 Uji Validitas	59
4.2.2 Uji Reliabilitas	60
4.3 Uji Regresi linier Berganda.....	61
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.1.1 Uji Normalitas Kolmogrof-Smirnov	62
4.4.1.2 Uji Grafik normal Plot	62
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.5 Uji Hipotesis Regresi Linier berganda.....	64

4.5.1 Koefisien determinasi (Uji R^2)	64
4.5.2 Uji Signifikansi parameter individual (Uji Statistik t).....	65
4.5.2.1 Hasil Uji Signifikansi parameter individual (Uji T)	67
4.5.2.1.1 Hipotesis 1 pengaruh variabel pemahaman label Halal .	67
4.5.2.1.2 Hipotesis 2 pengaruh variabel faktor sosial	69
4.5.2.1.3 Hipotesis 3 pengaruh variabel faktor psikologi	70
4.6 Uji signifikansi simultan (Uji F)	71
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
Tabel 4.7 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	65
Tabel 4.5 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	71



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-Tahap dalam Proses Pembelian	33
Gambar 2.2 Label Halal Tanpa Ada Lembaga Yang menjamin	16
Gambar 2.3 Label Halal resmi dari MUI.....	17
Gambar 4.1 Scatterplot.....	xxv



DATA LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Penelitian sebelumnya	i
Lampiran 2 Terjemahan Ayat A-Qur'an	vi
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	vii
Lampiran 4 Demografi Responden	xi
Lampiran 5 Olah Data Excel	xvi
Skor Variabel Pemahaman Label Halal	xvi
Skor Variabel Faktor Sosial	xvi
Skor Variabel Faktor Psikologi	xviii
Lampiran 6 Uji Validitas	xxi
Hasil Uji Validitas Pemahaman label Halal	xxi
Hasil Uji Validitas Faktor Sosial	xxi
Hasil Uji Validitas Faktor Psikologi	xxi
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	xxiii
Hasil Uji Reliabilitas Pemahaman Label Halal	xxiii
Hasil Uji Reliabilitas Faktor Sosial	xxiii
Hasil Uji Reliabilitas Faktor Psikologi	xxiii
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik	xxiv
Hasil Uji Normalitas	xxiv
Hasil Uji Multikolinieritas	xxiv
Hasil Uji Heteroskedastisitas	xxv
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda	xxv
Lampiran 10 Hasil Uji Persamaan Regresi	xxvi
Hasil Uji Koefisien Determinasi	xxvi
Hasil Uji F	xxvi
Hasil Uji T	xxvii
Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian	xxvii
Lampiran 12 Surat Keterangan Penelitian	xxviii
Lampiran 13 Curriculum Vitae	xxix

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat saat ini mengkonsumsi suatu produk tidak begitu memperhatikan kehalalannya. Mereka melihat kehalalalan hanya dari bahan baku suatu produk. Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya berdasarkan bahan baku saja tetapi juga dimulai dari tata cara produksi, bahan-bahan tambahan ataupun unsur-unsur lainnya yang menyertai produksi produk tersebut juga harus halal. Masyarakat muslim adalah pihak yang dirugikan apabila suatu produk tidak halal atau diragukan kehalalannya. Karena dalam ajaran agama Islam tidak diperkenankan bagi ummat muslim untuk mengkonsumsi produk-produk yang tidak jelas kehalalannya.

Perkembangan teknologi pangan, selain berdampak positif bagi manusia, juga terdapat pula dampak negatifnya. Salah satu dampak negatifnya adalah semakin kompleksnya proses pengolahan dan distribusi bahan pangan, sehingga berpotensi akan terjadinya penggunaan atau pencampuran bahan haram. Hal ini mempersulit penentuan halal dan haramnya suatu produk pangan oleh kalangan awam karena perlu pengetahuan yang memadai untuk mengetahui apakah produk yang diproduksi halal atau tidak. Adapun cara paling aman, yaitu masyarakat muslim cukup mempercayakan kepada lembaga terkait yang berkompeten untuk melakukannya.

Kasus di Batam, sudah banyak ditemukan pemalsuan label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI). Banyak oknum tidak bertanggungjawab memalsukan

label halal MUI dengan cara manscanning label halal dari perusahaan lain. Umumnya pemalsuan itu terdapat pada produk makanan olahan, katering dan restoran. Sejauh ini pihak MUI sudah menemukan puluhan kasus pemalsuan label halal MUI sejak tahun lalu. Kebanyakan kasus berasal dari wilayah kabupaten karimun. MUI menghimbau masyarakat muslim untuk aktif mencari tahu kebenaran label halal MUI tersebut. Cara terbaik yaitu membuka (www.halal-muikepri.com). Selain membuka website, ada cara lain untuk mengetahui keaslian label halal MUI yang sering dipajang di beberapa hotel dan restoran. Jika ragu dengan label halal MUI yang asli. Kalau perusahaannya tidak dapat menunjukkan sertifikat halal MUI yang asli. Dan kalau perusahaannya tidak dapat menunjukkan, berarti diragukan. Karena sertifikat asli itu tidak dapat digandakan dan ada chip-nya¹.

Cara untuk mengetahui bagaimana informasi tentang produk dapat diperoleh melalui beberapa sumber, salah satunya melalui kemasan dalam makanan. Dalam sebuah kemasan terdapat informasi mengenai bentuk fisik produk, label dan sisipan detail informasi keamanan untuk produk makanan atau obat yang berbahaya atau tidak. Kemasan diperlukan karena untuk memenuhi sasaran yaitu keamanan dan kemanfaatan. Kemasan dapat membantu pelaksanaan program pemasaran perusahaan, serta manajemen bisa mengemas produknya sedemikian rupa untuk meningkatkan memperoleh laba. (Laksana, 2008: 49). Kemasan yang menarik akan memberikan nilai lebih pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan

¹ http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/detil_page/8/1454. diakses pada 28 Desember 2016.

mutunya hampir sama. Perbedaan tersebut akan terlihat dari label yang ada dalam kemasan produk.

Adapun maksud dari data makanan yang berlabel halal bahwa dari makanan yang berlabel halal adalah makanan yang berbahan dasar seperti daging, harus berasal dari bahan-bahan yang halal, agar makanan yang dimakan tersebut lebih berkah. Sebab bagi yang memakan, jika ia berdoa dikabulkan dan jika ia meminta sesuatu kepada Allah SWT akan diberikan, karena ia menerapkan pokok utama dalam agama Allah SWT, yakni perihal makanan (Muhammad, 1997).

Mengenai kehalalan suatu produk, terutama produk daging olahan seperti bakso sudah menjadi sebuah kewajiban bagi konsumen muslim untuk menanggapinya dengan serius, karena dalam hukum Islam sangat jelas mengharamkan makanan yang mengandung daging, minyak dan lemak yang berasal dari babi. Pemilihan makanan yang baik bagi kesehatan dan halal.

Pemilihan makanan salah satunya dipengaruhi oleh jenis kelamin, Aswani (2000) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara karakteristik konsumen yang salah satunya adalah jenis kelamin dengan intensitas pembelian bakso. Hubungan tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asnawi (2000) yaitu kelompok yang paling sering membeli bakso kios adalah kelompok responden berjenis kelamin wanita, karena kebanyakan konsumen seringkali membeli bakso dengan “coba-coba” dan menerima informasi dari teman yang lebih menginformasikan mengenai rasa bakso itu enak atau sebaliknya.

Gobe (2005) menyebutkan bahwa wanita cenderung mudah terpengaruh oleh anggapan orang lain, hal ini disebabkan salah satunya karena wanita lebih memilih jaringan langsung yang bersifat personal melalui perbincangan dengan teman atau sumber terpercaya. Selanjutnya, wanita mendasarkan sebagian besar proses pengambilan keputusan pada emosi bukan menggunakan elemen rasional, dan informasi dari teman atau orang terpercaya dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan membeli suatu produk.

Produk daging olahan seperti bakso yang dijual di kios sudah seharusnya bagi konsumen muslim untuk memperoleh informasi tentang bahan dasar pembuatan sampai pada tahap penyajiannya, agar terhindar dari makanan berbahan dasar dari daging yang diharamkan dalam hukum Islam. Jangankan untuk dimakan, mendekati dan menyentuhnya pun sudah sangat dilarang, kewajiban bagi ummat muslim untuk melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya. Allah SWT tidak mengharamkan semua makanan karena kecuali adanya hikmah tertentu, menjauhkan manusia dari mudharat (bahaya) yang muncul akibat mengkonsumsinya (Mahran dlkk, 2006).

Dalam dewasa ini merupakan suatu fenomena yang menggambarkan bahwa orang-orang terdekat akan memberikan informasi, dan kebanyakan informasi yang di terima dari teman adalah mengenai rasa bakso itu enak atau tidak. Padahal informasi yang lebih penting adalah mengenai halal atau tidaknya makanan tersebut. Memperhatikan tentang makanan yang akan dimakan dapat menjadi pertimbangan dalam memilih dan diteliti sebelum

menyantap makanan yang tanpa pikir panjang ternyata merupakan makanan yang diharamkan.

Label Halal adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualnya. (Dkk, Irawan 2001:93). Dalam label konsumen dapat menemukan informasi mengenai nama atau merek produk, bahan baku yang digunakan, tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, isi produk, keterangan legalitas (keterangan halal). Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang yaitu LPPOM MUI untuk memastikan bahwa suatu produk makanan itu sudah lolos pengujian kehalalan. (Laila, 2008: 49).

Label halal bagi konsumen muslim dapat digunakan untuk memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Dari sisi konsumen mempunyai persepsi yang berbeda dalam memutuskan pembelian suatu produk. Sebagian mungkin tidak peduli kepribadian dan psikologi, santri dianggap pahlawan paham dan serta mengerti akan ajaran agama islam, sehingga dapat memilih dan membedakan mana makanan yang halal dan haram. Dengan mengambil sampel santri dapat mewakili masyarakat muslim, khususnya daerah Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, maka melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Beli Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Study Pada Santri Pondok Pesantren Krapyak)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan dalam latar belakang di atas, dapat dirumuskan pokok masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pemahaman label halal berpengaruh positif signifikan terhadap niat membeli makanan dalam kemasan berlabel halal?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat membeli makanan dalam kemasan berlabel halal?
3. Apakah faktor psikologi berpengaruh positif signifikan terhadap niat membeli makanan dalam kemasan berlabel halal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. untuk mengetahui dan menjelaskan pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan dalam kemasan berlabel halal pada Pesantren Ali maksum Krapyak Bantul Yogyakarta.
2. untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal Pondok Pesantren Ali maksum Krapyak Bantul Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal Pondok Pesantren Ali maksum Krapyak Bantul Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk masyarakat, penelitian ini bermanfaat sebagai informasi untuk lebih mengenal produk makanan halal, dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesadaran akan produk makanan berlabel halal.
2. Untuk perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai informasi dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik bagi konsumen produk makanan dalam kemasan berlabel halal, sehingga produk makanan dalam kemasan berlabel halal dapat dirasakan oleh setiap kalangan konsumen, terutama di kalangan mahasiswa se-DIY. Selain itu juga agar perusahaan-perusahaan mampu mengoptimalkan industri halal tersebut dengan sangat baik, sehingga Indonesia mampu menjadi pusat industri halal dunia.
3. Untuk pemerintah, penelitian ini bermanfaat sebagai informasi guna meningkatkan industri makanan halal, dimana isu yang beredar adalah masih banyak makanan yang belum memiliki sertifikasi halal dan potensi Indonesia sebagai pusat industri halal yang belum dioptimalkan dengan baik.
4. Untuk peneliti selanjutnya dan dunia akademis, penelitian ini berguna untuk memberikan pengetahuan dan pengujian ilmiah mengenai perilaku konsumsi makanan dalam kemasan berlabel halal.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini, akan disajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi pendahuluan yang merupakan landasan awal dan sebagai acuan dalam penelitian. Bab ini meliputi latar belakang yang menguraikan alasan dan motivasi dilakukannya penelitian ini, pokok masalah sebagai inti penelitian serta tujuan dan kegunaan penelitian dan yang terakhir yaitu sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penulisan dalam penelitian.

Bab II Landasan Teori. Bab ini berisi telaah pustaka yang dijadikan referensi penelitian mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, uraian mengenai landasan teori yang mendasari penelitian yaitu teori Pemahaman Label halal, Faktor Sosial, Faktor psikologi, teori perilaku konsumsi, minat mengkonsumsi makanan halal, konsep makanan halal, faktor religiusitas, faktor sosial, sikap, label halal dan nilai yang dirasakan. Serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang akan diuji kebenarannya.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian mengenai gambaran cara atau teknik yang akan digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengambilan sampel serta alat analisis yang akan digunakan.

Bab IV adalah berisi analisis deskriptif data penelitian dan analisis deskriptif responden. Kemudian pembahasan yang berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data dan analisis data secara deskriptif. Selanjutnya dilakukan

pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti selama periode penelitian.

Bab V adalah bagian penutup yang memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, keterbatasan peneitian, dan saran.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji secara simultan, pemahaman label halal, faktor sosial, dan faktor psikologi berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal.
2. Berdasarkan hasil uji signifikan secara parsial, hanya variabel psikologi berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal, sedangkan variabel faktor sosial dan pemahaman label halal tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal.

B. Saran

1. Bagi Santri dan masyarakat umum agar lebih baik lagi dalam memilih produk dalam makanan serta lebih hati-hati ketika memperhatikan produk yang berlabel halal resmi dari LPPOM MUI.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat terus mengembangkan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan tiga

variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan niat beli, yaitu pemahaman label halal, faktor sosial, dan faktor psikologi. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel-variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini dalam mengukur keputusan niat beli, seperti variabel religiusitas, kepercayaan, harga, lokasi pembelian, pelayanan, citra terhadap merek, dan promosi.



DAFTAR PUSTAKA

Kitab

Departemen Agama RI, *Al Qur'an* dan Terjemahnya, Surakarta: Media Insani Publishing

Buku

Mannan, Abdul, Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Edisi Terjemahan, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997.

Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponorogo, 2009.

Muflih, Muhammad, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.

Sumarwan, Ujang, Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi Kedua, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.

Suryani, Tatik, Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Laksana Fajar, Menejemen Pemasara: Pendekatan Praktis, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Schifman, L.G. & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour 10 Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Schifman, L.G. & Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Nugroho, J. Setiadi. Perilaku Konsumen; Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Jakarta: Kencana, 2013.

Kotler Philip, Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1, Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009.

Kolter, Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2001.

Irwan dkk, Pemasaran: Prinsip dan kasus, Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2001.

Pasal 30 Ayat (2) Undang-undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan.

Pasal 5 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

Qordhawi, M Yusuf, Halal dan Haram dalam Islam, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2007.

Mujib, Abdul dan Yusuf Mudzakir, Nuansa-Nuansa Psikologi Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

UIN Sunan Kalijaga, Praktikum Statistik SPSS Versi 20, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017.

Sugiono. Metode Penelitian Manajemen. Cetakan Pertama. Bandung:Alfabeta. 2013

Mannan, Abdul, Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Edisi Terjemahan, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Muhammad F. 1997. Hidangan Islam Ulasan Komprehensif Berdasarkan Syariat dan Sains Modern. Jakarta: Gema Insani Press.

Gobe, M. 2005. Emotional Branding. Jakarta: Erlangga.

Mahrar, J. & Mubasyir, A. 2006. Al-Qur'an Bertutur Tentang Makanan dan Obat-Obatan. Yogyakarta: Mitra Pustaka

Jurnal

Pujiono, Arif, Teori Konsumsi Islami, Jurnal Dinamika Pembangunan, Vol. 3:2 (Desember 2006).

Urfana Millatina, Beby Karina Fauzee Sambiring, Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen kentucky Fried Chicken (KFC) Wali Kota Medan, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, 2012.

Haltana, Novel, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk mie instan merek *Indomie*, Jurnal, (2009).

Sya'rawi, Huda, Analisis pengaruh faktor–faktor pribadi ibu rumah tangga dalam keputusan pembelian makanan di pasar modern (Studi Pada Ibu Rumah Tangga di Komplek Perumahan Mandiri Lestari Banjarmasin), Jurnal, IAIN Antasari, 2006.

Adisasminto, Wiku, Analisis hasil kebijakan nasional MUI dan BPOM dalam labeling Obat dan makanan, Jurnal. Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia, (2008).

Jusmaliani & Nasution, Hani. (2009). *Religiosity Aspect in Consumer Behaviour; Determinants Halal Meat Consumption*. Jakarta. Universitas Indonesia. KemenristekDikti. (2015).

Skripsi

Herliani, Yanti, Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso CV. Semar, Bandung: UNIKOM, 2010

Ridayani, Gita, Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Koran Kompas, Jakarta: darma persada Jakarta Timur, 2015.

Hidayatun, Intan Nur, Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Ngaliyan, Semarang: Intitut Agama Islam Negri Walisongo, 2012.

Laila Nurul, Analisis faktor psikografis terhadap keputusan pembelian (survei pada produk daging sapi olahan dalam kemasan berlabel halal di hipermart malang town square), Malang: Universitas negeri malang, (2008).

Safitri, Afriana, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mengonsumsi Daging Halal (Studi pada konsumen Muslim Semarang), Semarang: Universitas Diponegoro semarang, Skripsi, (2013).

Hidayatun, Intan, Nur, Pengaruh faktor psikografis terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim ngaliyan, Semarang, Skripsi, (2012).

Helmi, Lovidya, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan untuk membeli produk makanan organik berlabel halal, Skripsi, (2012).

Ismael, Muatasim dkk. (2012). *Toward Applied Islamic Business Ethics: Responsible Halal Business*. Journal of Management Development, Vol. 31 Iss 10 pp. 1090-1100.

Aswani. 2000. Perilaku Konsumen dan Bauran Pemasaran Produk Bakso Sapi di Daerah Kota Bogor. Skripsi (Tidak diterbitkan). Fakultas Peternakan IPB. Bogor.

Internet

[Http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/detil_page/8/1454](http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/detil_page/8/1454) diakses pada 28 desember 2016



Lampiran 1

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Penulis	Referensi	Judul	Variabel & Alat analisis	Analisis Hasil
1	oleh Urfana Millatina (2012)	Jurnal Akmenika UPY, volume 7	Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Wali Kota Medan	Variabel dependen: pemahaman label halal dan faktor sosial, variabel independen: faktor kebudayaan Sosial, Pribadi, dan Psikologis. Alat analisis: menggunakan regresi linier berganda	Secara simultan, terdapat pengaruh dari modal usaha, tenaga kerja, bahan baku dan curahan jam kerja terhadap pendapatan pengrajin genteng. Sedangkan secara parsial, seluruh variabel independen memiliki pengaruh terhadap pendapatan pengrajin genteng kecuali variabel curahan jam kerja.
2	Lovidya Helmi (2012)	Skripsi Universitas Indonesia Depok	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan untuk membeli produk makanan organik berlabel halal	Variabel independen: health consciousness dan perceived value variabel dependen: memiliki pengaruh positif terhadap keinginan untuk membeli makanan organik	Secara bersama-sama variabel tingkat kesadaran (health consciousness) memiliki hubungan positif yang sangat kuat dengan keinginan untuk membeli produk organik berlabel halal. Hal tersebut di perhatikan bahwa dengan kesadaran konsumen terhadap produk

				berlabel halal, Alat analisis: menggunakan analisis korelasi dan analisis regresi linier berganda	makanan yang sehat, dan konsumen memberikan perhatian khusus pada produk makanan yang akan dikonsumsi, sehingga akan meningkatkan pembelian produk organik berlabel halal.
3	Afrina Safitri (2013)	Skripsi Universitas Diponegoro	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mengonsumsi Daging Halal (Studi pada konsumen Muslim Semarang)	Variabel dependen: Kesadaran religi atas produk halal variabel independen: Niat berperilaku mengonsumsi daging halal Metode penelitian: analisis regresi linier berganda	Secara simultan, variabel Kesadaran mengonsumsi produk halal memiliki arti keadaan dimana seseorang mengetahui, memahami, dan mengerti tentang mengonsumsi produk halal. Apabila konsumen mendapatkan rekomendasi dan pemahaman tentang informasi produk halal maka akan timbul kesadaran akan mengonsumsi produk halal.
4	Haltana (2009)	Jurnal Ilmiah, Universitas	analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan	Variabel: (variabel dependen), (variabel independen) Alat analisis: regresi linier berganda	Modal, tenaga kerja dan bahan baku secara simultan berpengaruh terhadap produksi mebel di Sentra Industri Mebel

		Brawijaya	pembelian produk mie instan merek indomie	(metode OLS).	Tanjungsekar. Sedangkan secara parsial, variabel modal dan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan dalam produksi mebel.
5	Huda Sya'rawi (2006)	Jurnal Antasari IAIN	Analisis pengaruh faktor–faktor pribadi ibu rumah tangga dalam keputusan pembelian makanan di pasar modern (Studi Pada Ibu Rumah Tangga di Komplek Perumahan Mandiri Lestari Banjarmasin)	Variabel dependen: Usia, pekerjaan, pendapatan keluarga, pengeluaran keluarga, tahap daur hidup, keluarga, gaya hidup, kepribadian, Variabel independen: Diperkirakan berdasarkan kesibukan sehari-hari berdasarkan waktu Alat analisis: analisis regresi linier berganda	Secara simultan variabel modal, lama usaha dan jumlah tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha tape. Sedangkan secara parsial variabel modal dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha tape sedangkan variabel jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha tape
6	Intan Nur Hidayatun (2012)	Skripsi agama negeri walisongo semarang Institut islam	Pengaruh faktor psikografis terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan berlabel halal padan	variabel aktivitas, minat, dan opini. Alat analisis: regresi linier sederhana	variabel modal berpengaruh signifikan positif terhadap keuntungan pengusaha batik di Desa Jarum, Kec. Bayat, Kab. Klaten. Sedangkan variabel jumlah biaya

			masyarakat muslim ngaliyan		tenaga kerja dan variabel bahan baku berpengaruh signifikan negatif terhadap keuntungan pengusaha batik Desa Jarum,
7	Wiku Adisasmito (2008)	Jurnal. Universitas Indonesia	Analisis hasil kebijakan nasional MUI dan BPOM dalam labeling Obat dan makanan	Variabel dependen: labeling Variabel independen: obat dan makanan Alat analisis: Analisis kebijakan nasional MUI dan BPOM	Makanan merupakan tolok ukur dari segala cerminan penilaian awal yang bisa mempengaruhi berbagai bentuk perilaku seseorang. Makanan bagi umat Islam tidak sekedar sarana pemenuhan kebutuhan secara lahiriah, akan tetapi juga bagian dari kebutuhan spiritual yang mutlak dilindungi. Dengan demikian halalharam bukanlah persoalan sederhana yang dapat diabaikan, melainkan masalah yang amat penting dan mendapat perhatian besar dalam ajaran agama Islam.

8	Nurul laila (2008)	Skripsi Universitas negeri malang	Analisis faktor psikografis terhadap keputusan pembelian (survei pada produk daging sapi olahan dalam kemasan berlabel halal di hipermarket malang town square)	Variabel dependen: minat, opini, berpengaruh terhadap Variabel independen: keputusan pembelian Alat Analisis: Regresi linier berganda	Secara simultan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada produk daging sapi olahan dalam kemasan berlabel halal, karena label halal yang ada pada kemasan produk daging sapi olahan mempunyai arti penting dan imege yang positif di benak konsumen sehingga konsumen mempunyai minat dan opini serta melakukan aktivitas untuk membeli.
---	-----------------------	---	---	---	--

Lampiran 2

No	Hlm.	FN	Surat	Terjemah
1	16	11	Al Baqarah: 173	Sesungguhnya dia (Allah) hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya, sungguh, Allah maha pengampun, maha penyayang.
2	16	12	Al-Maidah: 87	Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.
3	17	13	Al Maidah: 96	Dihalalkan bagimu hewan buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu (menangkap) hewan buruan darat, selama kamu sedang ihram. Dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nya kamu dikumpulkan (kembali).
4	18	16	Al Isra': 36	Dan janganlah kamu mengikuti apa apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan

					jawabannya.
5	20	19	Al Hujurat: 10		Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.
6	25	31	Ar-Ra'ad: 11		Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.
7	27	35	Al Isra': 85		Dan mereka bertanya kepadamu tentang ruh, katakanlah: "Ruh itu termasuk urusan tuhan-ku, dan tidaklah kamu diberi pengetahuan melainkan sedikit
8	32	47	Al Maidah: 100		Katakanlah: tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan.
9	33	49	Al A'raf: 157		Allah menghalalkan segala yang baik bagi mereka dan mengharamkan segala yang buruk bagi mereka.
10	37	58	Al Maidah: 88		Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.
11	38	60	Al Baqoroh: 29		Dialah (Allah), yang menciptakan segala yang ada di bumi untuk kamu
12	39	63	An Nahal: 116		Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta" ini halal

					dan ini haram” untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.
--	--	--	--	--	---





Lampiran 3

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum wr wb.

Responden Yth.

Santri Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Bantul Yogyakarta.

Dalam rangka penelitian skripsi pada program strata 1 (S1) Universitas Islam

Nagri Sunan Kalijaga, saya:

Nama : Nur Ainun Nasution

Nim : 13810167

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (Febi) / Ekonomi Syariah

Bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Beli Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Study Pada Santri Pondok Pesantren Krapyak)”**. Sehubungan dengan itu, saya mohon bantuan dari saudara/i untuk meluangkan waktunya mengisi kuisisioner penelitian ini. Mengingat pentingnya data ini, saya sangat mengharapkan agar kuisisioner penelitian ini diisi dengan lengkap sesuai kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari saudara/i hanya digunakan untuk penelitian, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati.

Atas kesediaan dan partisipasi dari saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya

Nur Ainun Nasution

Analisis Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Beli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Study Pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Krapyak)”

A. Identitas Responden

NO	Keterangan	Demografi			
1	Nama				
2	Jurusan/ Universitas				
3	Usia saat ini				
4	Lama menjadi santri, berapa Tahun				
5	Pekerjaan				
6	Jenis kelamin	a. Laki-laki		b. Perempuan	
7	Uang saku Perbulan	a. < 500 ribu	b. 500 ribu – 1 juta	c. 1 juta – 1,5 juta	d. > 1,5 juta

B. Pertanyaan

Apakah Anda Mengetahui label halal resmi dari MUI ?



Jawab:

a. Ya

b. Tidak

C. Silahkan jawab pertanyaan sesuai dengan pengalaman anda sebagai santri dan konsumen dengan memberikan tanda checklist (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan penilaian anda. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan jawaban yaitu:

Jawaban SS	: Sangat Setuju	Skor 5
Jawaban S	: Setuju	Skor 4
Jawaban CS	: Cukup Setuju	Skor 3
Jawaban TS	: Tidak Setuju	Skor 2
Jawaban STS	: Sangat Tidak setuju	Skor 1

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
A	Pemahaman Label Halal (X1)					
1	Gambar label halal cukup jelas pada produk makanan yang bersertifikasi halal					
2	Keberadaan label halal mempengaruhi keputusan membeli saya					
3	Kombinasi gambar dan tulisan label halal cukup baik					
B	Faktor Sosial (X2)	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya memilih makanan berlabel halal karena saya mengacu pada guru (ustazd/ustadzah) yang mengkonsumsi makanan halal					
2	Saya memilih makanan berlabel halal karena mengikuti keluarga saya yang mengkonsumsi makanan halal					
3	Saya memilih makanan yang berlabel halal karena saya sebagai umat muslim wajib mengkonsumsi segala sesuatu yang halal					
C	Faktor Psikologis (X3)	STS	TS	CS	S	SS

1	Label halal dari MUI memberikan motivasi bagi saya untuk mengkonsumsi produk makanan tersebut					
2	Saya akan memprioritaskan untuk membeli produk makanan tersebut					
3	Saya memilih makanan berlabel halal karena saya mengetahui gambar “label halal” yang resmi dari LPPM MUI					
D	Keputusan Pembelian	STS	TS	CS	S	SS
1	Label halal pada makanan memberikan informasi tentang jaminan kehalalan					
2	Label halal menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli produk, karena saya selalu memperhatikan ada tidaknya label halal pada kemasan makanan sebelum melakukan pembelian					
3	Label halal memberikan rasa aman dalam mengkonsumsi produk					

Lampiran 4

Demografi Responden

No	Karakteristik Responden						
	Nama	Jurusan/Universitas	Usia	Lama menjadi santri berapa tahun	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Uang Saku Perbulan
1	Aisyah	UIN SUKA	17	1	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
2	Rina	UIN SUKA	17	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
3	Siti	UIN SUKA	17	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
4	Mala	UIN SUKA	18	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
5	Wulan	UIN SUKA	18	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
6	Habiah	UII	17	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
7	Riska	UII	17	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
8	Dayah	UII	19	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
9	Putri	UII	19	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
10	Tika	UPN	19	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
11	Annisa	UPN	18	1	Mahasiswa	Perempuan	1 juta -1,5 juta
12	Rahma	UNY	18	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta

13	Lina	UNY	18	1	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
14	Cahaya	UNY	19	1	Mahasiswa	Perempuan	1 juta - 1,5 juta
15	Rani	UNY	19	1	Mahasiswa	Perempuan	1 juta - 1,5 juta
16	Miskah	UGM	19	1	Mahasiswa	Perempuan	1 juta -1,5 juta
17	Risky	UGM	19	1	Mahasiswa	Perempuan	1 juta - 1,5 juta
18	Sarah	UGM	24	3	Mahasiswa	Perempuan	1 juta - 1,5 juta
19	Maimunah	UMY	22	2	Mahasiswa	Perempuan	1 juta - 1,5 juta
20	Dina	UMY	24	3	Mahasiswa	Perempuan	1 juta - 1,5 juta
21	Auni	Uin Suka	22	3	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
22	Theadora	Uin Suka	22	3	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
23	Santi	Uin Suka	19	2	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
24	Anita	Uin Suka	24	3	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
25	Anis	Uin Suka	20	3	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
26	Tiwi	UII	22	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
27	Khodijah	UNY	22	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
28	Wilda	UPN	22	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
29	Resti	UPN	22	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
30	Diyah	UIN SUKA	20	3	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
31	Ayu	UIN SUKA	21	3	Mahasiswa	Perempuan	< 500 ribu
32	Susan	UGM	22	3	Mahasiswa	Perempuan	1 juta – 1,5 juta
33	Astuty	UGM	22	3	Mahasiswa	Perempuan	1 juta – 1,5 juta
34	Rahmaw	UIN SUKA	22	3	Mahasiswa	Perempuan	1 juta – 1,5

	ati						juta
35	Siti kumala	UIN SUKA	22	1	Mahasiswi	Perempuan	1 juta – 1,5 juta
36	Sari Devi	UII	22	1	Mahasiswi	Perempuan	1 Juta - 1,5 juta
37	Bibah	UNY	22	3	Mahasiswi	Perempuan	1 juta – 1,5 juta
38	Caca	UPN	22	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
39	Dani	UPN	22	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
40	Evi	UPN	22	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
41	Fatimah	UII	22	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
42	Hanifah	UIN SUKA	22	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
43	Jannah	UIN SUKA	24	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
44	Kameliah	UNY	20	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
45	Sofiya	UNY	20	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
46	Annisa	UNY	20	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
47	Septiani	UNY	20	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
48	Nafisah	UII	20	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1 juta
49	Ike	UII	20	3	Mahasiswi	Perempuan	500 ribu – 1

							juta
50	Siska	UII	20	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
51	Lely	UPN	20	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
52	Maya	Universitas Alma Ata	22	2	Mahasiswa	Perempuan	>1,5 juta
53	Laila	AKS-AKK	22	3	Mahasiswa	Perempuan	>1,5 juta
54	Dewi	Politeknik ATK Yk	21	2	Mahasiswa	Perempuan	>1,5 juta
55	Khusnul	Politeknik ATK Yk	21	2	Mahasiswa	Perempuan	>1,5 juta
56	Tri	Universitas Alma Ata	21	2	Mahasiswa	Perempuan	1 juta – 1, 5 juta
57	Yani	Politeknik ATK Yk	21	2	Mahasiswa	Perempuan	1 juta – 1,5 juta
58	Isty	Universitas Alma Ata	21	2	Mahasiswa	Perempuan	1 juta – 1,5 juta
59	Puput	UGM	21	2	Mahasiswa	Perempuan	1 juta – 1,5 juta
60	Sarah	Universitas Alma Ata	21	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
61	Anita	Politeknik ATK Yk	21	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
62	Novita Sari	UIN SUKA	21	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
63	Yuni	UIN SUKA	25	2	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
64	Rufia	UIN SUKA	25	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta

65	Anis	UNY	23	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
66	Isna	UII	23	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
67	Dinar	UIN SUKA	23	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
68	Toibah	UIN SUKA	23	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
69	Fatma	UIN SUKA	23	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta
70	Nuriyanti	UIN SUKA	24	3	Mahasiswa	Perempuan	500 ribu – 1 juta

Lampiran 5

Olah Data Excel

Variabel Pemahaman Lebel Halal

Variabel Faktor Sosial

Pemahaman Lebel Halal				Faktor Sosial			
X1.1	X1.2	X1.3	Jumlah X1	X2.1	x2.2	X2.3	Jumlah X2
5	5	5	15	5	5	4	14
4	4	4	12	3	3	3	9
5	4	4	13	5	5	4	14
4	3	3	10	4	5	3	12
5	4	4	13	4	4	3	11
4	4	3	11	4	4	4	12
5	4	4	13	4	4	4	12
4	5	4	13	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	12

4	4	4	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	3	4	11
5	4	5	14	5	5	4	14
4	5	3	12	4	5	5	14
4	4	4	12	5	5	4	14
4	4	4	12	5	5	4	14
4	4	4	12	4	3	4	11
3	4	3	10	3	5	5	13
5	4	5	14	5	4	4	13
4	4	3	11	5	3	3	11
4	4	4	12	5	4	4	13
4	3	5	12	3	5	4	12
4	4	4	12	4	5	4	13
4	5	4	13	3	4	4	11
3	4	3	10	4	4	3	11
5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	4	12	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	4	14
4	3	4	11	4	4	3	11
5	4	4	13	5	5	3	13
4	4	4	12	5	5	3	13
5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	3	11	4	3	3	10
4	4	4	12	5	5	4	14
5	4	5	14	5	5	4	14
5	5	4	14	5	5	4	14
3	4	3	10	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	5	4	14

5	5	5	15	5	5	4	14
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	3	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	4	14
4	4	4	12	4	4	5	13
4	5	4	13	4	5	5	14
4	5	4	13	4	5	3	12
3	4	3	10	5	4	4	13
3	5	3	11	5	4	3	12
4	5	5	14	5	5	5	15
5	5	5	15	4	5	4	13
5	5	5	15	5	5	4	14
5	4	5	14	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	3	11	5	4	4	13
3	4	3	10	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	11
5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	4	12
4	4	4	13	4	4	3	11

Variabel Psikologi

Vriabel Niat Beli Produk Makanan dalam Kemasan Berlebel halal

Faktor Psikologi				Niat Beli Produk Makanan dalam Kemasan Berlebel Halal			
X3.1	X3.2	X3.3	Jumlah X3	Y.1	Y.2	Y.3	Jumlah Y
5	5	5	15	5	5	4	14
4	4	3	11	4	4	3	11

4	4	5	14	4	4	5	13
5	4	4	13	5	5	4	14
5	5	5	15	4	5	5	14
5	4	5	14	5	5	4	14
5	5	5	15	5	4	4	13
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	4	14
5	5	5	15	5	5	4	14
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	4	13	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	4	14
5	5	3	13	5	5	3	13
4	5	5	14	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	3	4	12	4	4	4	12
5	5	4	14	5	4	4	13
4	5	5	14	4	5	5	14
5	5	5	15	5	5	5	15
5	4	4	13	5	4	3	12
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	4	3	12	4	4	3	11
5	5	5	15	5	5	5	15
5	4	4	13	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15

Lampiran 6

Uji validitas

Variabel Pemahaman Lebel Halal (X1)

Variabel Faktor Sosial (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Jumlah.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.550**	.400**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.550**	1	.530**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.400**	.530**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	60	60	60	60
Jumlah.X	Pearson Correlation	.796**	.858**	.787**	1
2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

Variabel faktor psikologi (X3)

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Jumlah.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.525**	.484**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.525**	1	.580**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

	N	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.484**	.580**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60
Jumlah.X	Pearson Correlation	.801**	.831**	.841**	1
3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

Variabel Niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal (Y)

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	Jumlah.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.501**	.231	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000	.076	.000
	N	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	.501**	1	.644**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
Y.3	Pearson Correlation	.231	.644**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.076	.000		.000
	N	60	60	60	60
Jumlah.	Pearson Correlation	.719**	.874**	.802**	1
Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

Lampiran 7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel pemahaman label halal (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	3

Variabel faktor sosial (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	3

Variabel faktor psikologi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	3

Variabel Niat beli produk makanan dalam kemasan berlabel halal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.692	3

Lampiran 8

Uji Asumsi klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	.81275653
	Absolute	.109
Most Extreme Differences	Positive	.102
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		.841
Asymp. Sig. (2-tailed)		.479

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Correlations			Collinearity Statistics	
Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
.341	.055	.034	.721	1.387
.339	.228	.145	.760	1.315
.761	.736	.676	.899	1.112

a. Dependent Variable: niat.beli.produk

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.941	.988	2.977	.004
	pemahaman.label.halal	-.040	.056	-.106	.482
	faktor.sosial	-.051	.060	-.123	.401
	faktor.psikologi	-.088	.063	-.188	.166

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Lampiran 9

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.105	1.437	.768	.445
	pemahaman.label.halal	.033	.081	.409	.684
	faktor.sosial	.152	.087	1.749	.086
	faktor.psikologi	.745	.092	8.125	.000

a. Dependent Variable: niat.beli.produk

Lampiran 10

Hasil Uji Persamaan Regresi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.592	.834

a. Predictors: (Constant), faktor.psikologi, faktor.sosial, pemahaman.label.halal

b. Dependent Variable: niat.beli.produk

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.610	3	20.537	29.508	.000 ^b
	Residual	38.974	56	.696		
	Total	100.583	59			

a. Dependent Variable: niat.beli.produk

b. Predictors: (Constant), faktor.psikologi, faktor.sosial, pemahaman.label.halal

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.105	1.437		.768	.445
	pemahaman.label.hal al	.033	.081	.040	.409	.684
	faktor.sosial	.152	.087	.167	1.749	.086
	faktor.psikologi	.745	.092	.713	8.125	.000

a. Dependent Variable: niat.beli.produk

Lampiran 11

Dokumentasi Penelitian



Lampiran 12



مؤسسة علي معصوم معهد كرابياك الإسلامية يوغيا كرتا

**YAYASAN ALI MAKSUM
PONDOK PESANTREN KRAPYAK**

Jl. KH. Ali Maksum Po. Box 1192 Krapyak Yogyakarta. ☎ (0274) 450103 (kantor Yayasan), ☎ 376500 (MTs), ☎ 4399364 (MA), ☎ 386236 (Diniyah)

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No.: 356/Ketr. /YAM/II/2017

Kami atas nama Ketua/Pengasuh Yayasan Ali Maksum Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta,
dengan ini menerangkan bahwa saudara:

Nama : NUR AINUN NASUTION
NIM : 13810167
Program Studi : Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan
Kalijaga

Bahwa saudara tersebut di atas telah melakukan Penelitian di Yayasan Ali Maksum Pondok
Pesantren Krapyak Yogyakarta guna menyusun karya tulis ilmiah/skripsi dengan judul "*Analisis
Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Beli Produk Makanan
dalam Kemasan Berlabel Halal (Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Krapyak)*".

Demikian surat bukti Penelitian ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 24 Februari 2017
a.n Pengurus Yayasan Ali Maksum
Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta



Husnaini AS, S.H.I
Staf Yayasan

Lampiran 13

CURRICULUM VITAE**A. Data Pribadi:**

Nama Lengkap : Nur Ainun Nasution
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tempat Tanggal Lahir : Pasir Pangarayan, 24 Juni 1994
 Alamat Asal : Papaso 1 Desa Salambue Kec. Batang
 Lubu Sutam Kab. Padang Lawas,
 Alamat Sekarang : Jl. Cabe 1 Karang Ploso RT 5 - Rw 60
 Maguwoharjo.
 Agama : Islam
 Status : Belum Menikah
 No. Telp./Hp : 085 214 068 735
 Alamat E-mail : Nnurainun35@yahoo.com

**B. Pendidikan Formal**

2000 – 2006 : SDN 01 PAPASO
 2006 – 2009 : Tsanawiyah, Ponpes Musthafawiyah Purba Baru
 2009 – 2012 : MAN, Ponpes Musthafawiyah Purba Baru
 2012 – Sekarang : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

C. Pengalaman Organisasi

2013-Sekarang : Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) FEBI UIN Sunan
 Kalijaga Yogyakarta
 2014-Sekarang : Anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA) UIN Sunan
 Kalijaga Yogyakarta
 2014-Sekarang : IKPM PALAS (Ikatan Mahasiswa Padang Lawas)
 2014-Sekarang : IKAMUS (Ikatan Keluarga Abituren Musthafawiyah)
 2014-Sekarang : IMATAPSEL (Ikatan Mahasiswa Tapanuli Selatan)