

**HUBUNGAN ANTARA PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DENGAN
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK MAKANAN DAGING OLAHAN
“BAKSO” TANPA LABEL HALAL PADA MAHASISWI FAKULTAS
SYARIAH UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Psikologi**

Oleh:

Anindita Mirna Utami

NIM 07710004

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2011**



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DHS/PP.00.9/936/2011

Skripsi/ Tugas Akhir dengan judul

: HUBUNGAN ANTARA PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK MAKANAN DAGING OLAHAN BAKSO TANPA LABEL HALAL PADA MAHASISWI SYARIAH UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Anindita Mirna Utami

NIM : 07710004

Telah dimunaqosyahkan pada : Jumat, tanggal : 24 Juni 2011

Dengan nilai : 73,66 (B-)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Benny Herlena, M.Si

NIP. 1975124 200604 1 002

Pengaji I

Retno Pandan Arum K, M.Si
NIP.19731229 200801 2 005

Pengaji I

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M
NIP.19760616 200501 2 002

Yogyakarta,

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN

Prof. Dr. Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP.19630306 198903 1 010



PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda dibawah ini adalah :

Nama : Anindita Mirna Utami

NIM : 07710004

Program Studi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya adalah asli hasil karya peneliti sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain.

Yogyakarta, 10 Juni 2011

Yang menyatakan



Anindita Mirna Utami

NIM. 07710004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Prof. Dr. Dudung Abdurrahman
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS PEMBIMBING
Hal : Skripsi

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Anindita Mirna Utami

NIM : 07710004

Prodi : Psikologi

Judul : Hubungan Antara Pengaruh Kelompok Referensi Dengan Keputusan Membeli Produk Makanan Daging Olahan "Bakso" tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Psikologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Juni 2011
Pembimbing,


Benny Herlena, M.Si
NIP 19751124 200604 1 002

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan Hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap.

(Qs. Al. Insyiroh : 6 - 8)

Halaman Persembahan

*Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT atas berkah, Rahmat, serta
kemudahan yang diberikan-Nya, dengan segenap cinta dan sayang karya
sederhana ini*

Kupersembahkan Kepada :

Almamaterku Tercinta

Prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Keluargaku Papa, Mama, dan saudara-saudara kandungku.....

*Atas Perjuangan, Doa, Cinta dan Kasih Sayang Yang telah tulus ikhilas engkau
berikan padaku..*

PRAKATA

Segenap puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahnya, perencanaan, pelaksanaan dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana strata satu (S-1), dapat terselesaikan dengan lancar.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, akan tetapi harapan peneliti dengan bantuan para pembaca akan dapat menuju kearah yang lebih baik. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritikan, saran maupun nasehat yang membangun guna perbaikan skripsi selanjutnya.

Peneliti dengan segala kerendahan hati menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini berbagai pihak telah banyak memberikan dukungan dan bantuan. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Benny Herlena. M.Si selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta sebagai Dosen pembimbing Skripsi dan akademik.
3. Papa dan Mama yang telah ikhlas selalu memberikan kasih sayang. Kasih sayangmu sangatlah berharga dan tak ternilai dengan suatu apapun. Semoga dengan karya sederhana anakmu ini dapat membalas sedikit kebahagiaan yang selama ini telah engkau berikan.

4. Saudara-saudara kandungku; Dicky Andrean, Rini Emilia, Astri Widya Miranty, Mba Nungsy, dan Sabby yang telah tulus ikhlas membantu dan mendoakanku selama ini.
5. Untuk orang yang selama ini selalu memberikanku motivasi dan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini. *“Whatever they said,. Be strong..!!!* M. Ali Ibrahim...
6. Mahasiswa Prodi Psikologi Fishum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta semua angkatan “Terimakasih atas kerjasamanya” semoga diberi kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi.
7. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi yang telah banyak memberikan pengetahuan yang sangat berarti, serta seluruh staff Tata Usaha dan kemahasiswaan. Bapak Kamto dan Harjono yang turut membantu dalam proses penelitian ini.
8. Ketiga sahabatku yang telah membantu dan menghiburku dalam menyelesaikan penelitian ini; Yuyun, ifa, Annisa. *“Kalian teman terbaikku”..*
9. Teman-teman Psikologi (A) angkatan 2007; Hasna, Ella, Zahro, Dian, Liza, Ida, Nia, Uli, Dewi, Ana, Mba Widya, Zela, Maya, Miftah, Luthfi, Indah, Fitri, Lika, Ammy, Fadli, Yoga, Zaenal, Rizki, Andi, Gunawan, Ridwan, Bagus, Syahid, Fared, Fathur, Kurniadi, Abbas, dan lainnya.
“Terima kasih atas bantuannya.”
10. Teman-teman KKN yang juga memberikan semangat untuk segera menyelesaikan penelitian ini.

Akhirnya peneliti sampaikan rasa terimakasih yang dalam kepada teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan, dukungan, bantuan dan perhatian kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.

Yogyakarta, 10 Juni 2011

Peneliti,

Anindita Mirna Utami
NIM. 07710004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian.....	13
C. Manfaat Penelitian.....	13
D. Keaslian Penelitian	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	18
A. Keputusan Membeli Produk Makanan Daging Olahan “Bakso” Tanpa Label halal.....	18
1. Pengertian Keputusan Membeli	18

2. Aspek-aspek Keputusan Membeli	19
3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli	22
4. Tahap-Tahap Keputusan Membeli	30
5. Pengertian Produk Makanan Daging Olahan “Bakso” Tanpa Label Halal	34
6. Pengertian Keputusan Membeli Produk Makanan Daging Olahan “Bakso” Tanpa Label Halal Pada Konsumen Muslim	35
A. Kelompok Referensi	36
1. Pengertian Kelompok Referensi.....	36
2. Aspek-aspek Kelompok Referensi	38
3. Faktor-faktor Yang Menentukan Kekuatan Pengaruh Kelompok Referensi	40
4. Jenis-jenis Kelompok Referensi	43
5. Jenis Pengaruh Kelompok Referensi	47
B. Hubungan Antara Kelompok Referensi dengan Keputusan Membeli Produk Makanan Daging Olahan “Bakso” Tanpa Label Halal.....	49
C. Hipotesis	54
BAB III. METODE PENELITIAN	55
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	55
B. Definisi Operasional	55

1. Keputusan Membeli Produk Makanan Daging Olahan Bakso	
Tanpa Label Halal	55
2. Kelompok Referensi	56
C. Populasi dan Sampel.....	56
D. Metode Pengumpulan Data.....	57
1. Skala Keputusan Membeli	58
2. Skala Kelompok Referensi.....	60
E. Validitas dan Reliabilitas Instrument	61
F. Metode Analisis Data	62
BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	63
A. Orientasi Kancah	63
B. Persiapan Penelitian.....	65
1. Pelaksanaan <i>Try Out</i>	65
2. Hasil <i>Try Out</i>	65
a. Skala Keputusan Membeli.....	66
b. Skala Kelompok Referensi	68
c. Uji Validitas.....	70
d. Uji Reliabilitas	71
C. Pelaksanaan Penelitian.....	72
D. Analisis Data	72
1. Uji Normalitas	73

2. Uji Linearitas.....	74
3. Kategorisasi individu pada masing-masing skala.....	74
4. Uji Hipotesis.....	78
E. Pembahasan.....	78
 BAB V. PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	85
 DAFTAR PUSTAKA	87
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sebaran aitem Skala Keputusan Membeli	59
Tabel 2. Sebaran aitem Skala Kelompok Referensi.....	60
Tabel 3. Ringkasan aitem Skala Keputusan Membeli	67
Tabel 4. Sebaran aitem valid dan gugur Skala Keputusan Membeli setelah <i>Try Out</i>	68
Tabel 5. Ringkasan aitem Kelompok Referensi	69
Tabel 6. Sebaran aitem valid dan gugur skala Kelompok Referensi setelah <i>Try Out</i>	70
Tabel 7. Reliabilitas skala Keputusan Membeli dan skala Kelompok Referensi setelah <i>Try Out</i>	72
Tabel 8. Hasil uji normalitas skala Keputusan Membeli dan skala Kelompok Referensi	73
Tabel 9. Hasil Uji linearitas.....	74
Tabel 10. Deskripsi statistik nilai Keputusan Membeli dan skala Kelompok Referensi	75
Tabel 11. Kategori nilai Keputusan Membeli	76
Tabel 12. Kategori Kelompok Referensi	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Skala , Skor Data, dan Analisis <i>Try Out</i>	91
A.1. Skala <i>Try Out</i> Keputusan Membeli	93
A.2. Skala <i>Try Out</i> Kelompok Referensi	96
A.2. Skor Data <i>Try Out</i> Skala Keputusan Membeli	99
A.3. Skor Data <i>Try Out</i> Skala Kelompok Referensi	100
A.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala <i>Try Out</i> Keputusan Membeli.....	101
A.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala <i>Try Out</i> Kelompok Referensi	106
Lampiran B Skala, Skor Data, dan Analisis Data Penelitian.....	110
B.1. Skala Penelitian Keputusan Membeli	112
B.2. Skala Penelitian Kelompok Referensi.....	113
B.3. Data Skor Skala Penelitian Keputusan Membeli	115
B.4. Data Skor Skala Penelitian Kelompok Referensi	117
B.5. Deskripsi Data	119
B.6. Histogram	121
B.7. Kategorisasi Keputusan Membeli	122
B.8. Kategorisasi Kelompok Referensi	123
B.9. Uji Normalitas.....	124
B.10. Uji Linieritas.....	124
B.11. Kurva Linier.....	126
B.12. Uji Hipotesis	126

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DENGAN KEPUTUSAN
MEMBELI PRODUK MAKANAN DAGING OLAHAN “BAKSO” PADA
MAHASISWI FAKULTAS SYARIAH UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel tergantung, yaitu Keputusan Membeli dengan variabel bebas yaitu Kelompok Referensi. Subjek penelitian adalah mahasiswi Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang sedang gemar mengkonsumsi bakso. Keseluruhan subjek berjumlah 45 orang. Teknik pengambilan sampel penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat Pengumpulan data menggunakan skala keputusan membeli dan kelompok referensi. Analisis data dengan menggunakan teknik korelasi dari *Pearson's product moment* dengan program *SPSS 16.00 for Windows*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan membeli pada mahasiswi. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,414 dan $p = 0,005$ ($p < 0,01$) dengan demikian hipotesis diterima. Sumbangan efektif kelompok referensi terhadap keputusan membeli produk makanan daging olahan “bakso” pada mahasiswi ditunjukkan dengan koefisiensi determinan (r^2) sebesar 0,172 yang artinya terdapat 17,2% pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan membeli, sedangkan 82,8% adalah pengaruh faktor lainnya.

Kata kunci : kelompok referensi, keputusan membeli.

**RELATIONSHIP BETWEEN THE REFERENCE GROUP WITH DECISION
BUY FOOD PRODUCTS MEAT PROCESSING "MEATBALL" ON THE
STUDENTS FACULTY OF SYARIAH UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between dependent variables, namely the Decision to Buy with free variables Reference Group. The subjects were students of Faculty of Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta are fond of eating meatballs. The whole subject has 45. The sampling technique study using purposive sampling technique.

This study uses quantitative methods. The data collection tool using a scale buying decisions and a reference group. Data analysis using Pearson's correlation technique of product moment with 16:00 SPSS for Windows. The results of this study indicate that there is a significant positive relationship between the reference group with the decision to buy on the students. This is indicated by the correlation coefficient (r) for 0.414 and $p = 0.005$ ($p < 0.01$) so the hypothesis is accepted. Effective contribution reference group against the decision to buy processed meat food products "meatball" on the students indicated by the determinant coefficient (r^2) equal to 0.172, which means there were 17.2% reference group influence on buying decisions, while 82.8% is the influence of other factors.

Keywords: reference group, the decision to buy.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beragam produk daging olahan saat ini banyak dijumpai dipasaran, seperti daging giling, bakso, sosis, hamburger, daging asap dan kaldu daging. Tentunya daging olahan ini sangat digemari oleh masyarakat, sebab selain banyak terdapat kandungan gizi dalam daging, ditambah pula dengan rasanya yang lezat, sehingga para konsumen tertarik untuk membeli beragam daging olahan tersebut. Produk daging olahan yang sering dijumpai dlingkungan salah satunya adalah daging olahan berupa bakso. Makanan yang satu ini tentunya sudah tidak asing lagi didengar dan penjual makanan bakso pun sangat mudah dijumpai. Selain itu, para penikmat bakso juga beragam yaitu mulai dari anak-anak, remaja sampai orangtua.

Bakso daging adalah produk daging berbentuk bulatan atau lainnya yang diperoleh dari campuran daging (kandungan daging tidak kurang dari 50%) dan pati atau serealia dengan atau tanpa penambahan bahan tambahan pangan (BTP) yang diizinkan. Selanjutnya campuran tersebut dicetak atau dibentuk (bulat atau gepeng), lalu dimasukkan ke dalam air mendidih sampai bakso tersebut mengapung. Bakso ditiriskan dan dikemas (<http://drhyudi.blogspot.com> 02/07/2009).

Daging yang sering digunakan sebagai bahan membuat bakso adalah daging sapi, namun ada juga yang menggunakan daging ikan maupun daging ayam sebagai bahan dasarnya. Mengenai bahan membuat bakso ini sangat penting untuk diketahui. Sebab kebanyakan konsumen hanya menyantap makanan ini saja tanpa mengetahui daging apa yang digunakan sebagai bahan membuat bakso dan bagaimana proses pembuatannya.

Sebagai umat muslim, penting untuk menggali informasi lebih dalam mengenai bahan makanan yang satu ini. Sebab di dalam Al-qur'an ada beberapa makanan yang tidak diperbolehkan atau haram hukumnya jika dimakan. Diantaranya adalah mengharamkan memakan bangkai, binatang yang mati tercekik, binatang yang mati karena ditanduk, binatang yang mati karena diterkam binatang buas, darah yang mengalir, daging babi, dan binatang yang disembelih untuk selain Allah SWT, yang disembelih untuk berhala (Mahran dkk, 2006).

Daging sapi yang menjadi bahan dasar membuat bakso tentu halal dimakan, namun yang terjadi saat ini adalah banyak oknum pembuat bakso yang melakukan tindak kecurangan, misalnya mencampur daging sapi dengan daging lain yaitu daging babi atau bangkai binatang lainnya. Seperti yang ditemukan oleh Dinas Ketertiban kota Yogyakarta bersama Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Pertanian (Disperindagkoptan) kota Yogyakarta yang gencar melakukan razia daging sapi maupun daging ayam menjelang Lebaran pada tahun 2010 silam. Dalam razia yang dilakukan pada hari Jumat (27/8) tahun 2010 tersebut, tim gabungan Pemkot Yogyakarta menemukan dua pedagang bakso yang sengaja mencampurkan daging sapi dengan daging babi di produk baksonya

tersebut. Selain itu dalam razia tersebut juga banyak ditemukan daging yang tidak melalui pengecekan (*her-keuring*) terlebih dahulu sebelum dijual. Bagi pedagang bakso 'nakal' ini dikenai sanksi Tindak Pidana Ringan (Tipiring) dan dipanggil Satreskrim Poltabes Yogyakarta.

Kepala Bidang (Kabid) Perdagangan Disperindagkoptan kota Yogyakarta, Sugeng Darmanto mengatakan, pada razia tersebut memeriksa 36 pedagang daging, 26 pedagang bakso dan empat Rumah Pemotongan Unggas (RPU). Dari hasil pemeriksaan, ditemukan dua pedagang bakso di kawasan Kemetiran dan Pasar Talok yang menjual bakso dengan cara mencampur daging sapi dengan daging babi. Alasan mereka mencampur dengan daging babi, selain pertimbangannya murah, rasanya juga lebih enak karena lebih terasa berlemak. (<http://www.republika.co.id> 02/09/2010).

Bakso yang dibuat dengan daging babi atau bangkai binatang lainnya, tentu sangat meresahkan dan sangat merugikan konsumen muslim, sebab dalam agama Islam sudah sangat jelas mengharamkan daging tersebut. Kurangnya ketelitian konsumen mengenai kehalalan bahan dasar membuat bakso, akan membuat semakin berkurangnya informasi yang seharusnya diketahui oleh konsumen dan penjual bakso juga merasa tidak perlu memberikan penjelasan ketika konsumen tidak mempertanyakan hal tersebut.

Konsumen yang tidak mencari informasi kepada penjual mengenai daging apa yang digunakan sebagai bahan dasar membuat bakso, menimbulkan maraknya produk daging olahan seperti bakso yang seharusnya menggunakan daging sapi, kemudian diganti dengan daging hewan lain seperti daging babi. Penggantian

bahan dasar membuat bakso ini juga dikarenakan ada faktor tertentu. Misalnya, harga daging sapi yang jauh lebih mahal dibandingkan dengan harga daging babi, sehingga penjual dapat mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan menggunakan daging sapi.

Selama tindakan yang dilakukan penjual dengan cara mengganti daging sapi dengan daging babi sebagai bahan dasar membuat bakso tidak diketahui oleh konsumen, maka hal tersebut akan terus berlanjut. Oleh sebab itu konsumenlah yang seharusnya lebih teliti sebelum menyantap makanan daging olahan (bakso). Sebenarnya selain permasalahan bahan dasar pembuatan bakso yang berupa daging olahan, dalam Islam juga menyinggung tentang bagaimana cara mendapatkan dan cara penyembelihan hewan sebelum menjadi produk daging olahan.

Pengharaman daging babi bukan tanpa tujuan, babi termasuk jenis hewan yang memakan daging dan sayuran, serta mau memakan sampah dan kotoran, babi juga membawa sejumlah besar parasit yang akan menimpa manusia yang mengkonsumsinya. Babi juga membawa banyak virus seperti virus penyakit anjing (rabies), virus demam dan sibrikitat (*lyptosiera*) yang menyebabkan penyakit ‘demam otak’ (Mahran dkk, 2006).

Makanan yang berbahan dasar daging, harus berasal dari bahan-bahan yang halal, agar makanan yang dimakan tersebut lebih berkah. Sebab bagi yang memakan makanan halal dilindungi oleh Allah SWT, jika ia meminta akan diberikan, jika ia berdoa dikabulkan dan jika meminta sesuatu Allah SWT akan

menyegerakannya, 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 dan halal yang dapat memenuhi kebutuhan gizi, akan berdampak baik bagi kesehatan.

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 Aswani (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 umat muslim untuk melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya. Allah SWT tidak mengharamkan semua makanan kecuali karena adanya hikmah tertentu, menjauhkan manusia dari *mudharat* (bahaya) yang muncul akibat mengkonsumsinya (Mahran dkk, 2006).

Hasil wawancara peneliti pada tanggal 14 Januari 2011 dengan AM salah satu konsumen yang menyukai bakso, mahasiswi fakultas syariah UIN Sunan Kalijaga. AM mengakui mengalami kesulitan untuk membedakan mana bakso yang dibuat dengan bahan dasar daging yang halal dan yang tidak. Selama ini hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut saja dan juga menerima sebagian informasi dari beberapa teman yang menyarankan untuk membeli bakso di tempat tertentu karena rasanya yang enak, dari informasi yang disarankan itulah pada akhirnya ikut mencoba menikmati bakso ditempat tersebut.

Wawancara selanjutnya dilakukan peneliti pada 16 Januari 2011, dengan AN, yang juga selaku mahasiswi fakultas syariah UIN Sunan Kalijaga. Menurut AN selama ini informasi yang didapat mengenai kehalalan bakso diperoleh dari teman yang melihat cara pembuatan bakso sebelum dihidangkan oleh penjual ditempat tersebut, sehingga mengetahui bagaimana tahapan pembuatan bakso, namun tidak mengetahui daging yang digunakan berasal dari daging sapi atau

tidak, jika dilihat dari cara pembuatan bakso dan tempatnya terlihat bersih, maka dianggap layak untuk dikonsumsi. Informasi yang diperoleh AM tersebut dijadikan sebagai sebuah acuan, karena ketika makanan yang dibuat dengan cara yang bersih, tidak timbul rasa jijik saat mengkonsumsi bakso tersebut, ketika muncul rasa jijik pada saat mengkonsumsi bakso, maka dalam hukum Islam makanan tersebut dianggap haram.

Data lain yang didapatkan oleh peneliti pada tanggal 20 Januari 2011 dari hasil wawancara dengan EL mahasiswi fakultas syariah UIN Sunan Kalijaga. EL mengaku sangat suka mengkonsumsi bakso, namun untuk mengkonsumsi bakso di wilayah Yogyakarta harus waspada dan tidak membeli secara sembarangan. Berdasarkan Informasi yang di dapat bahwa diduga ada beberapa penjual bakso yang menggunakan bahan dasar selain daging sapi. Informasi tersebut didapat dari teman dekat yang pernah mengkonsumsi bakso dengan rasa yang tidak enak dan merasa mual setelah dikonsumsi. Informasi yang diterima tersebut dijadikan sebagai acuan untuk tidak mengkonsumsi bakso ditempat yang dimaksud.

Apa yang dipaparkan diatas merupakan suatu fenomena yang menggambarkan bahwa orang-orang terdekat akan memberikan informasi, kebanyakan informasi yang diterima 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 teliti sebelum menyantap makanan yang tanpa pikir panjang ternyata merupakan makanan yang diharamkan.

Pada dasarnya seseorang bebas memilih makanan apa yang akan dimakan, tetapi dengan adanya beberapa larangan mengenai makanan yang sudah jelas tertulis dalam Al-qur'an bahwa haram hukumnya jika dimakan, sudah seharusnya dan kewajiban sebagai seorang muslim untuk tidak mengkonsumsi dan mendekatinya, sebab akan ada manfaatnya bagi kehidupan dan kesehatan, seperti yang tertulis dalam Al-qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا حُطُومَاتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya :

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Surat Al-Baqarah ayat 172-173 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَأَشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيمَانُ
تَعْبُدُونَ. إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَكَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ
فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah (172). Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (173).

Surat Al-Anaam ayat 145 :

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً
أَوْ دَمًا مَسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ حِنْزِيرٍ فَإِنَّهُ رَجْسٌ أَوْ فِسْقًا أَهِلَّ غَيْرُ اللَّهِ بِهِ فَمَنِ
اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya :

Katakanlah: "Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi, karena sesungguhnya semua itu kotor atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barang siapa yang dalam keadaan terpaksa sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang."

Berdasarkan pada ayat-ayat Al-qur'an yang telah disebutkan diatas, memang sudah menjadi kewajiban seorang muslim untuk makan makanan yang halal, serta menjauhkan diri dari larangan-larangan Allah SWT. Bersumber dari Al-qur'an, makanan yang akan dikonsumsi harus jelas kehalalannya. Informasi mengenai produk makanan sangat penting, seharusnya seorang konsumen muslim tidak langsung menerima informasi yang diperoleh dari orang lain yang belum jelas kebenarannya, walaupun informasi tersebut diperoleh dari orang terdekat sekalipun.

Pencarian informasi yang dilakukan oleh diri sendiri yaitu mencari informasi kepada orang yang menjual produk makanan tersebut dan bagaimana proses pembuatan makanan sebelum dihidangkan, dengan tujuan untuk benar-benar membuktikan bahwa makanan tersebut memang layak dan halal untuk dikonsumsi. Kurangnya ketelitian konsumen yang tidak begitu memperhatikan

mengenai kehalalan tentang produk makanan terutama produk makanan daging olahan (bakso) tanpa label halal dari lembaga yang diakui atau MUI (Majelis Ulama Indonesia), karena merasa informasi yang didapat dari orang terdekat sudah cukup meyakinkan bahwa produk makanan tersebut benar-benar halal untuk dikonsumsi.

Sebagian orang mempercayai suatu informasi jika informasi tersebut diperoleh dari orang-orang terdekat, hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 14 Januari 2011 dengan AM, kemudian dilanjutkan wawancara dengan AN pada tanggal 16 Januari 2011, dan tanggal 20 Januari 2011 wawancara dengan EL. Informasi yang diperoleh dari orang terdekat disebut juga sebagai sebuah kelompok, yaitu terdiri dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai sebuah tujuan yang sama.

Bentuk kelompok yang penting antara lain keluarga, teman dekat, mitra kerja, dan tetangga. Sebagian dari kelompok tersebut dapat menjadi kelompok referensi yaitu melibatkan satu atau lebih orang yang dijadikan sebagai dasar pembanding atau titik referensi dalam membentuk tanggapan afeksi dan kognisi serta menyatakan perilaku seseorang. Konsumen cenderung terpengaruh oleh kelompok referensi jika informasi yang diberikan dianggap sahih dan relevan pada permasalahan yang dihadapi, sumber yang memberikan informasi tersebut dianggap dapat dipercaya (Peter dan Olson, 2000).

Kelompok referensi adalah aspek lingkungan sosial mikro bagi konsumen, interaksi sosial dengan kelompok referensi sering terjadi secara langsung dan bertatap muka yang mana dapat memberikan pengaruh langsung pada tanggapan

afeksi, kognisi dan perilaku konsumen. Seseorang memihak atau bergabung dengan sebuah kelompok referensi salah satu alasannya yaitu untuk mendapatkan pengetahuan yang berharga (Peter dan Olson, 2000).

Kelompok referensi dianggap berpengaruh dalam hal keputusan untuk membeli suatu produk. Orang akan sangat yakin dalam membeli produk bila telah mendengar kesaksian dari konsumen yang telah merasa puas atas suatu produk. Informasi yang diberikan oleh kelompok referensi akan berpengaruh besar bagi calon konsumen untuk segera mengambil keputusan (Safingi, 2008).

Keputusan adalah tindakan akhir konsumen dalam memilih, menaksir atau memprediksi salah satu dari beberapa alternatif yang ada, berdasarkan pertimbangan yang dilakukan dalam diri individu (Engel, dkk 1994). Definisi lain menurut Peter dan Olson (1999) menyebutkan bahwa keputusan adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Dalam mengambil keputusan, konsumen memiliki sasaran yang ingin dicapai atau dipuaskan. Seorang konsumen memandang sesuatu bermasalah karena sasaran yang konsumen inginkan belum tercapai.

Mengambil keputusan untuk membeli merupakan satu langkah dari langkah-langkah yang lebih panjang yang membentuk proses keputusan. Proses keputusan dimulai dari identifikasi masalah, analisis lingkungan yang relevan, mengembangkan alternatif-alternatif keputusan, memilih alternatif yang baik, melakukan implementasi keputusan tersebut, dan memonitor keputusan yang sudah diambil (Hanafi, 2003).

Salah satu proses keputusan adalah analisis lingkungan yang relevan dengan cara pencarian informasi yang dibagi menjadi dua bentuk, yaitu informasi internal dan eksternal. Informasi konsumen internal (informasi yang disimpan dalam ingatan) diperoleh secara aktif melalui pencarian-pencarian sebelumnya dan pengalaman pribadi. Sumber informasi eksternal yang terdiri dari empat bagian yaitu sumber pribadi, sumber bebas, sumber pemasaran, dan sumber pengalaman langsung (Munandar, 2006).

Tahap keputusan membeli yang terbatas, misalnya pembelian produk yang lebih sederhana dan pembelian sejumlah atribut kecil seperti membeli produk makanan, meliputi pencarian informasi secara internal maupun eksternal terbatas, sedikit alternatif, aturan pengambilan keputusan sederhana atas sejumlah kecil atribut, dan evaluasi purna pembelian yang rendah.

Pembelian produk daging olahan seperti bakso yang dijual di kios ada baiknya untuk dipertimbangkan terlebih dahulu, bukan hanya pertimbangan apakah bakso tersebut nikmat dan lezat ketika dikonsumsi, tetapi juga mempertimbangkan kehalalan dari bahan dasar pembuatan bakso. Terutama bagi konsumen muslim yang memang memiliki beberapa kriteria khusus, yaitu makanan yang halal dan haram jika dimakan. Terutama produk makanan daging olahan “bakso” yang tidak memiliki label halal dari lembaga yang diakui (MUI), sehingga konsumen harus lebih teliti sebelum mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan paparan di atas timbul sebuah pertanyaan apakah terdapat hubungan antara pengaruh kelompok referensi dengan keputusan membeli produk makanan daging olahan tanpa label halal pada mahasiswi. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Sunan Kalijaga fakultas syariah dengan asumsi bahwa mahasiswi Fakultas Syariah sudah mendapatkan mata kuliah yang membahas tentang makanan yang dihalalkan dan diharamkan oleh agama Islam, dan juga lebih mendalami mengenai hukum-hukum Islam dibandingkan dengan mahasiswi jurusan lain, maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti yaitu, apakah terdapat hubungan positif antara pengaruh kelompok referensi dengan keputusan membeli produk makanan daging olahan tanpa label halal pada mahasiswi fakultas syariah UIN Sunan Kalijaga.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan positif antara pengaruh kelompok referensi dengan keputusan membeli produk makanan daging olahan “bakso” tanpa label halal pada mahasiswi fakultas syariah UIN Sunan Kalijaga.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat membantu mengetahui hubungan antara kelompok referensi dengan keputusan membeli produk makanan daging olahan “bakso” tanpa label halal pada mahasiswi. Sekaligus membuka wawasan dalam suatu penelitian ilmiah psikologi industri dan organisasi.

2. Manfaat Praktis

Secara umum penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai masalah pengaruh kelompok referensi dengan keputusan membeli produk makanan daging olahan “bakso” tanpa label halal terutama pada konsumen muslim. Jika hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan, maka sebagai seorang konsumen agar lebih teliti dalam memilih kelompok referensi sebagai salah satu cara untuk memperoleh informasi sebelum melakukan pembelian suatu produk.

D. Keaslian Penelitian

Penelitian terdahulu yang mirip dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Safingi (2008), dengan judul pengaruh promosi, religiositas, dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan pembelian kredit sepeda motor di PT. *Federal International Finance* syariah cabang Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, jenis penelitian lapangan (*field research*), penelitian langsung dilokasi untuk menemukan realitas yang sebenarnya terjadi terhadap suatu masalah. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*, sampel terdiri dari 100 orang konsumen pembiayaan PT. *Federal International Finance* syariah cabang Yogyakarta.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Safingi (2008), terdapat pengaruh positif antara promosi, religiositas dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan pembelian kredit sepeda motor di PT. *Federal International Finance* syariah cabang Yogyakarta. Semakin gencar promosi yang dilakukan, semakin

tinggi konsumen melakukan pembelian. Semakin baik tingkat pemahaman seseorang sebagai konsumen terhadap ajaran agamanya, maka pengambilan keputusan pembelian juga semakin tinggi, serta semakin besar pengaruh dan masukan dari kelompok referensi yang mempengaruhi konsumen, maka perilaku pengambilan keputusan pembelian juga akan semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Faisal pada tahun 2008, dengan judul hubungan antara sikap terhadap kelompok referensi dengan intense membeli mahasiswa terhadap produk-produk *clothing* yang dijual pada distro". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Faisal (2008) adalah mahasiswa berusia 18-22 tahun yang membeli pakaian di Distro. Hasil penelitiannya adalah ada hubungan positif antara sikap terhadap kelompok referensi dan intense membeli diterima, artinya semakin tinggi sikap terhadap kelompok referensi maka semakin tinggi pula intense membeli mahasiswa. Sumbangan efektif sikap terhadap kelompok referensi 18,6% terhadap intense membeli mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Dubey (2007), dengan judul *changes in consumers decision making process led by environmental information*. Penelitian tersebut menganalisis proses perubahan pengambilan keputusan konsumen yang didasarkan atas informasi lingkungan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode survey, survey yang digunakan adalah menggunakan telepon untuk mengumpulkan data dan wawancara pribadi. Subjek dalam penelitian ini adalah 100 orang yang terdiri dari 55 orang laki-laki dan 45 orang

perempuan pada tiga tempat di Bhopal kota besar madya Pradesh. Pemilihan subjek menggunakan *purposive sampling*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dubey (2007), ditemukan bahwa berdasarkan jawaban atas pertanyaan yang berkenaan dengan lingkungan melingkupi polusi dan kesehatan, adanya perbandingan bahwa perempuan dan ibu rumah tangga lebih mengenali permasalahan lingkungan saat ini. Hal ini juga dikarenakan oleh faktor tingkat pengetahuan mengenai dampak *global warming* yang terjadi di bumi. Pemberian informasi yang jelas dapat merubah keputusan membeli konsumen yang banyak membeli produk minuman botol dan kaleng yang dapat memperparah *global warming*.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kuswindarti (2009), dengan judul pengaruh persepsi pada produk susu bayi terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Semin. Metode penelitian kuantitatif, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive* dan area *sampling*, sampel berjumlah 110 orang. Sampel yang digunakan adalah ibu yang memiliki bayi yang berusia 0-5 tahun dan bayi mengkonsumsi susu bayi. Hasil penelitiannya adalah informasi mengenai hal-hal produk susu bayi direkam dan di interpretasi dalam otak menimbulkan sebuah anggapan dan persepsi. Konsumen semakin selektif dalam pemilihan, karena meneliti terlebih dahulu sebelum membeli, meneliti bentuk kemasan, informasi gizi, dan tanggal kadaluarsa.

Dari sekian banyak penelitian terdahulu, penelitian ini berkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian ini mengangkat tema pengaruh kelompok referensi dikorelasikan dengan keputusan membeli. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada produk yang digunakan adalah produk makanan daging olahan “bakso” tanpa label halal.

Perbedaan lainnya terletak pada alat ukur yang digunakan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, untuk keputusan membeli berdasarkan pada teori Peter dan Olson (1999), yang terdiri dari empat aspek yaitu, aspek afektif, kognitif, perilaku dan lingkungan. Alat ukur kelompok referensi berdasarkan pada aspek dari Setiadi (2010), yaitu aspek pengetahuan, sikap dan nilai. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya juga terletak pada karakteristik subjek, jumlah subjek dan tempat penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

Ada hubungan positif yang signifikan antara pengaruh kelompok referensi dengan keputusan membeli produk makanan daging olahan “bakso” tanpa label halal pada mahasiswi. Semakin tinggi pengaruh dari kelompok referensi maka keputusan membeli pada mahasiswi akan cenderung tinggi, sebaliknya semakin rendah pengaruh dari kelompok referensi maka keputusan membeli cenderung akan rendah.

B. Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran-saran yang diajukan antara lain :

1. Bagi Mahasiswi agar lebih teliti dalam memilih kelompok referensi yang digunakan sebagai sumber informasi, karena beberapa informasi yang diberikan oleh kelompok referensi terkadang masih belum jelas kebenarannya, sehingga akan merugikan diri sendiri jika informasi dari kelompok referensi tersebut langsung diterima.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki minat dan ingin meneliti lebih jauh mengenai pengambilan keputusan membeli, dapat memperhatikan faktor lain yang diungkapkan oleh Kotler (1997), yakni faktor pribadi yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan membeli. Serta penyempurnaan alat ukur agar lebih diperhatikan agar tidak mengalami aitem yang gugur dan kontrol terhadap sampel agar lebih diperjelas, pengembangan penelitian juga peneliti anjurkan selain yang gemar mengkonsumsi bakso, dapat juga menggunakan penelitian yang gemar mengkonsumsi produk makanan daging olahan lainnya yang tidak memiliki label halal resmi dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

DAFTAR PUSTAKA

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

Azwar, S. 2008. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Blackwell, R.D., Minird, P.W & Engel, J.F. 2001. *Perilaku Konsumen*, Jilid Kesatu, Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.

Dharmestha, B.S & Handoko, T. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perlilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Dharmestha, B.S & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Drhyudi. 2009. *Daging dan Produk Olahannya*. Diunduh melalui [Http://drhyudi.blogspot.com/2009/07/daging-dan-produk-olahannya.html](http://drhyudi.blogspot.com/2009/07/daging-dan-produk-olahannya.html), tanggal 29 Maret 2011.

Dubey, P. 2007. Changes in Consumers Decision Making Process Led by Environmental Information. *Journal of International Marketing Conference on Marketing & Society*, Vol. 4: 1-7.

Endro, Y. 2010. *Razia di Yogyakarta, Ditemukan Bakso Campur Daging Babi*. Diunduh melalui <http://www.Republika.co.id/berita/breaking-news/nusantara/10/09/02/133199-razia-di-yogyakarta-ditemukan-bakso-campur-daging-babi>, tanggal 29 Maret 2011.

Engel, J.F., Blackwell, R.D & Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2, Terjemahan Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.

Faisal, M. 2008. Hubungan antara Sikap terhadap Kelompok Referensi dengan Intensi Membeli Mahasiswa terhadap Produk-Produk *Clothing* yang Dijual pada Distro Di Yogyakarta. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi, UII, Yogyakarta.

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

Hadi, S. 1994. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.

Hanafi, M.M. 2003. *Edisi Revisi Manajemen*. Yogyakarta: AMP YKPN.

Hanum, A.L. 2009. Peran Orientasi *Peer Group* Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Remaja Dalam Memilih Kartu Seluler. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi, UAD, Yogyakarta.

Ibiyanto, H. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha MIO. *Tesis* (tidak diterbitkan). Sekolah Pasca Sarjana USU. Medan.

Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. & Susanto, A.B. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan, Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan. Jakarta: Edisi Millennium, Prenhalindo.

Kotler, P. 1999. *Marketing*. Terjemahan, Herajuti Purwoko. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. & Lane, K. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.

Kurniawati, M. 2009. Kelompok Acuan Remaja: Faktor Konsumsi Produk *Food Supplement*. *Jurnal Ilmiah Psikologi dan Organisasi*. Vol.11, No. 1, 53-64.

Kuswindarti. 2009. Pengaruh Persepsi pada Produk Susu Bayi Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Di Semin, Gunungkidul. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi, UAD, Yogyakarta.

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

Mc Neal, James U. and Stephen, W. Mc Daniel. 1982. *Consumer Behavior : Classical and Contemporary Dimensions*. Little Brown and Company, Boston, Massachusetts.

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

Munandar, A.S. 2006. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI-Press.

Noviyarto, H. 2010. Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet Terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data *Unlimited Internet CDMA* di DKI Jakarta. *Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*. Vol.1, No.2.

Pasitejo, R. & Jhon. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Peter, J.P. & Olson, J.C. 1999. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4 jilid 1. Jakarta: Erlangga.

_____. 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4 jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Purwanto. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Roedjinandari, N. 2006. Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap keputusan pembelian Makanan Khas Jawa pada Rumah Makan "Inggil" Malang. *Jurnal Eksekutif*. Vol.3, No.3.

Royland. 2009. *Pengertian Kelas Sosial*. Diunduh melalui <Http://RoyLand.Blogspot.com/2009/11/Kelas-Sosial-Pengertian-Kelas-Sosial.Html>, tanggal 29 Maret 2011.

Safingi, Y. 2008. Pengaruh Promosi, Religiositas dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor Di PT. *Federal International Finance* Syariah Cabang Yogyakarta. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Fakultas Syariah, UIN, Yogyakarta.

Setiadi, J.N. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Solomon, M.R. 2004. *Consumer Behaviour*. USA: Pearson Prentice Hall.

Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

CAMPIRAN

-

CAMPIRAN

LAMPIRAN A.

SKALA, SKOR DATA, DAN ANALISIS TRY OUT

IDENTITAS PRIBADI

Nama : _____

Usia : _____

Semester : _____

Jurusan : _____

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban dari setiap pernyataan seperti dibawah ini:

SS : Sangat Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut sangat sesuai dengan keadaan diri anda.

S : Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut sesuai dengan keadaan diri anda.

TS : Tidak Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut tidak sesuai dengan keadaan diri anda.

STS : Sangat Tidak Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut sangat tidak sesuai dengan keadaan diri anda.

2. Apabila terjadi kesalahan dalam menjawab, berilah lingkaran pada tanda (X) yang telah dibuat, kemudian berilah tanda (X) yang baru pada jawaban yang dikehendaki.
3. Apabila saudara telah selesai menjawab, periksalah dan pastikan kembali tidak ada aitem yang terlewatkan.

Perlu diketahui bahwa skala ini bukanlah tes, sehingga tidak ada jawaban yang benar atau salah, baik atau buruk. Jawaban yang diberikan tidak berpengaruh terhadap apapun yang berhubungan dengan nilai. Informasi, identitas dan lain-lainnya akan dijamin kerahasiaannya. Untuk itu saudara bisa mencantumkan nama. Atas kesediaan dan kerjasamanya yang baik peneliti banyak mengucapkan terima kasih.

A.1 Skala Try Out Keputusan Membeli

SKALA A

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya makan bakso dua kali bahkan lebih dalam seminggu.				
2.	Saya jarang makan bakso.				
3.	Saya suka makan bakso karena rasanya enak.				
4.	Saya tidak suka makan bakso karena rasanya tidak enak.				
5.	Saya lebih suka memilih makan bakso ketika saya sedang tidak ingin makan nasi.				
6.	Saya tidak memilih bakso sebagai makanan pengganti ketika saya sedang tidak ingin makan nasi.				
7.	Saya suka bakso karena berasal dari bahan-bahan yang halal untuk dimakan.				
8.	Saya tidak suka bakso karena tidak tahu daging yang digunakan dalam membuat bakso tersebut.				
9.	Saya suka mencoba bakso ditempat lain yang belum pernah saya datangi.				
10.	Saya tidak suka makan bakso ditempat yang belum pernah saya datangi.				
11.	Saya akan kembali lagi ke warung bakso yang baru saya datangi jika bakso tersebut terasa lezat.				
12.	walaupun saya sudah mencoba makan bakso ditempat yang berbeda, saya tetap memilih makan bakso ditempat langganan saya.				
13.	Saya akan makan bakso ditempat lain untuk menemukan rasa bakso yang saya inginkan.				
14.	Saya lebih suka makan bakso ditempat langganan saya.				
15.	Saya mencoba makan bakso ditempat lain karena di tempat bakso yang biasa saya datangi tidak ada label halalnya.				
16.	saya tidak memperhatikan mengenai label halal pada setiap warung bakso yang baru saya datangi.				
17.	Saya tidak perlu tahu bagaimana penjual bakso mengolah bakso sebelum dijual.				
18.	Saya bertanya dulu kepada penjual mengenai proses pembuatan bakso sebelum saya membeli baksonya.				
19.	Saya tidak merasa ragu untuk makan bakso yang tanpa ada label halalnya.				
20.	Saya akan bertanya kepada penjual mengenai kehalalan dari bakso yang akan saya beli.				

21.	Saya tidak mempersoalkan bakso yang tidak memiliki label halal.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
22.	Saya bertanya kepada teman mengenai bakso yang tidak memiliki label halal resmi dari MUI.				
23.	Saya tidak perlu bertanya kepada teman mengenai bakso yang akan saya makan.				
24.	Saya bertanya kepada teman mengenai pembuatan bakso yang akan saya makan.				
25.	Saya tidak terlalu mempersoalkan tentang bahan dasar bakso yang saya makan.				
26.	Saya bertanya kepada penjual bakso mengenai bahan dasar dari pembuatan bakso ditempat bakso yang saya datangi.				
27.	Saya tidak pernah bertanya kepada teman mengenai bakso yang akan saya makan, yang penting saya makan bakso sesuai dengan keinginan saya.				
28.	Saya akan bertanya kepada teman yang sudah makan bakso ditempat yang belum pernah saya datangi mengenai rasa baksonya, sebelum saya makan bakso di tempat tersebut.				
29.	Saya tidak perlu bertanya mengenai pembuatan bakso, lebih baik saya langsung mencoba saja bakso tersebut tanpa perlu bertanya halal atau tidaknya.				
30.	Saya bertanya kepada teman terlebih dahulu mengenai bahan dasar pembuatan bakso yang halal sebelum saya makan bakso.				
31.	Saya membeli bakso yang menurut saya enak walapun tanpa ada label halalnya.				
32.	Saya ragu untuk membeli bakso yang tidak ada label halal walaupun rasanya enak.				
33.	Walapun bakso yang saya beli tanpa menggunakan label halal, namun saya tidak ragu untuk mengkonsumsinya.				
34.	Ketika saya merasa ragu untuk membeli bakso, saya tidak jadi untuk membeli bakso tersebut.				
35.	Saya tetap membeli bakso di tempat langganan saya, walaupun tidak ada label halal dari MUI.				
36.	Saya hanya membeli bakso yang menggunakan label halal resmi dari MUI saja.				
37.	Saya akan kembali membeli bakso di tempat yang saya datangi sebelumnya karena sudah saya buktikan sendiri mengenai rasa baksonya enak.				
38.	Saya tidak mau lagi membeli bakso ditempat yang saya datangi sebelumnya karena rasanya tidak enak.				
39.	Setelah makan bakso biasanya saya akan				

	membandingkan dengan bakso yang pernah saya beli di tempat lain.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
40.	Saya tidak merasakan perbedaan rasa bakso ditempat yang berbeda.				
41.	Saya mengetahui bahwa setiap warung bakso yang saya datangi memiliki cita rasa yang berbeda.				
42.	Setiap kali saya makan bakso, saya tidak begitu memperhatikan hal lainnya, yang penting kenyang.				
43.	Saya memperhatikan label halal setiap bakso yang sudah saya makan.				
44.	Saya tidak pernah memperhatikan label halal setiap bakso yang sudah saya makan.				
45.	Saya akan cepat-cepat menghabiskan makanan saya, karena terlalu ramai oleh pembeli lainnya.				
46.	Saya suka makan bakso di tempat yang ramai oleh pembeli.				
47.	Warung bakso favorit saya sangat jauh serta tempatnya sangat sempit.				
48.	Warung bakso yang sering saya datangi, letaknya strategis karena tidak jauh dari tempat tinggal saya.				
49.	Saya lebih suka makan bakso diwarung bakso daripada membeli bakso keliling.				
50.	Saya lebih suka makan bakso keliling yang lewat di tempat tinggal saya, daripada pergi mencari warung bakso.				
51.	Saya lebih baik pergi mencari tempat makan bakso yang lain jika warung bakso tersebut letaknya terlalu dekat dengan jalan raya.				
52.	Saya mencari tempat makan bakso yang letaknya dipinggir jalan saja agar lebih mudah.				
53.	Saya tidak suka membeli bakso di pedanggang bakso keliling.				
54.	Saya suka membeli bakso keliling karena lebih mudah dijumpai.				
55.	Saya tidak terlalu peduli dengan keramaian pembeli di warung bakso yang saya datangi, yang penting saya makan bakso.				
56.	Saya mendatangi warung bakso yang ramai oleh pembeli, karena menurut saya semakin ramai pembeli maka baksonya pasti enak.				

A.2 Skala Try Out Kelompok Referensi

SKALA B

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Ketika saya mendapatkan suatu informasi, saya selalu bertanya kepada teman untuk dimintai pendapatnya mengenai informasi tersebut.				
2.	Saya menerima saja tanpa perlu bertanya kepada siapa pun jika mendapatkan suatu informasi.				
3.	Saya biasanya menceritakan kepada teman setiap saya mendapatkan suatu informasi.				
4.	Saya lebih suka menyimpan sendiri informasi yang saya dapatkan dibandingkan harus bercerita dengan teman.				
5.	Saya percaya setiap informasi yang diberikan oleh teman karena teman saya yang mengalami secara langsung				
6.	Saya tidak terlalu peduli dengan informasi yang didapat dari teman sebelum saya mengalami sendiri.				
7.	Saya lebih percaya kepada teman yang memberikan informasi ketika teman saya mengamati informasi yang ia dapatkan.				
8.	Saya tidak percaya setiap informasi yang saya terima walaupun teman saya sendiri yang mengalami.				
9.	Setiap informasi yang saya dapat dari teman dapat memberikan sebuah pandangan baru dalam menghadapi suatu persoalan.				
10.	Setiap informasi yang didapat dari teman malah membuat saya bingung dalam menghadapi permasalahan.				
11.	Saya merasa lebih percaya diri ketika saya sudah banyak mendapatkan informasi dari teman dalam menghadapi suatu persoalan.				
12.	Saya tidak terlalu mendengarkan setiap informasi yang diberikan oleh teman saya.				
13.	Saya tidak akan menerima informasi dari teman yang berlawanan dengan keinginan saya.				
14.	Saya akan menerima informasi dari teman jika hal tersebut sesuai dengan apa yang saya inginkan dalam menghadapi persoalan.				
15.	Saya tetap teguh pada pendirian saya, walaupun teman dekat saya memberikan informasi yang berbeda dengan apa yang saya inginkan.				
16.	Menurut saya, teman dekat sangat mengerti saya, sehingga setiap informasi yang diberikan akan saya				

	dengarkan dengan baik.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
17.	Saya tidak terlalu peduli setiap informasi yang saya dapatkan dari teman, karena saya lebih percaya kepada diri saya sendiri.				
18.	Ketika teman dekat saya memberikan suatu informasi yang berguna untuk diri saya, maka saya akan mencari tahu lebih lanjut mengenai informasi tersebut.				
19.	Saya lebih percaya dengan lingkungan sekitar saya dibandingkan dengan informasi dari teman yang belum jelas kebenarannya.				
20.	Setiap ada informasi yang saya dapat dari teman, saya selalu menyesuaikan informasi tersebut dengan lingkungan sekitar saya.				
21.	Bagi saya, informasi dari lingkungan tempat tinggal dan teman tidak akan berpengaruh apa-apa bagi diri saya.				
22.	Jika informasi dari teman masih kurang jelas, saya akan mencari lagi informasi tersebut dengan orang lain yang berada di lingkungan tempat tinggal saya.				
23.	Jika saya terlalu banyak mendapatkan informasi, saya malah menjadi ragu untuk menerima informasi tersebut.				
24.	Saya menerima informasi dari teman dekat, jika saya merasa informasi tersebut tidak berbeda dengan lingkungan sekitar saya.				
25.	Saya menerima informasi dari teman dekat saya, karena memiliki kesamaan dalam memandang suatu persoalan.				
26.	Saya tidak akan langsung menerima informasi dari teman dekat saya, karena belum tentu sesuai dengan diri saya.				
27.	Saya menerima informasi dari teman dekat saya karena setiap informasi yang diberikan akan membuat diri saya jauh lebih baik daripada sebelumnya.				
28.	Saya merasa ragu setiap kali teman dekat saya memberikan informasi untuk menyelesaikan suatu persoalan karena tidak sesuai dengan apa yang saya inginkan.				
29.	Saya selalu menerima pendapat dari teman dekat saya karena setiap permasalahan yang saya hadapi selalu terselesaikan dengan baik.				
30.	Saya tidak langsung menerima pendapat dari teman, karena saya percaya dengan pendapat dari diri saya sendiri.				
31.	Saya selalu mendengarkan setiap informasi dari teman saya, tetapi di dalam hati saya tetap berpegang teguh dengan kesesuaian dalam ajaran agama Islam.				
32.	Saya tidak akan mendengarkan informasi yang berbeda				

	dari aturan dalam agama saya.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
33.	Informasi yang saya dapat dari teman dekat biasanya saya bandingkan dengan kesesuaian hukum serta aturannya dalam agama Islam.				
34.	Saya hanya mendengarkan serta menerima informasi dari teman tanpa memperhatikan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan aturan agama.				
35.	Saya selalu berusaha mencari informasi dari teman dekat, selanjutnya saya sesuaikan dengan aturan-aturan yang ada dalam agama Islam.				
36.	Setiap informasi yang saya dapatkan dari teman dekat, saya langsung menerimanya tanpa ragu.				

no.	Keputusan Membeli									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3
2	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2
3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3
4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2
5	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2
6	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3
7	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3
8	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2
9	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3
10	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3
11	1	2	4	3	3	1	4	2	3	3
12	2	2	4	2	3	4	4	2	3	2
13	2	2	3	3	2	3	4	2	3	2
14	2	3	4	3	2	2	3	3	2	3
15	2	2	4	3	3	4	2	3	2	3
16	2	2	4	2	3	2	4	2	3	2
17	2	3	4	3	2	2	4	3	2	4
18	2	2	4	4	3	2	2	3	2	2
19	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2
20	2	2	3	3	3	2	4	3	2	3
21	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
22	2	2	4	3	3	4	2	2	3	2
23	2	3	4	3	3	2	4	2	3	2
24	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2
25	2	2	4	2	3	1	2	2	3	2
26	4	4	4	4	4	4	1	4	3	2
27	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2
28	2	2	4	2	3	2	2	2	3	2
29	2	4	1	2	2	3	3	2	3	2
30	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3
31	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3
32	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2
33	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3
34	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2
35	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4

Kelompok Referensi

no.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
2	3	3	2	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	2	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	
3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	4	4	4	4	2	2	3	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
6	3	3	4	4	2	4	3	3	2	4	4	2	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
7	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
8	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	
9	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	
10	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
12	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	
13	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	
14	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	
16	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	
17	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	1	2	3	4	2	2	2	2	2	3	4	1	4	4	3	4	3	4	3	4	
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
19	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
20	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
21	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	
22	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	
23	2	4	2	3	2	3	2	4	4	3	3	2	2	4	3	4	2	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	
24	3	1	2	2	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	2	3	4
25	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	3	1	4	2	3	2	3	2	
26	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	
27	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
28	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	
29	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
30	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	1	2	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	
31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
32	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
33	4	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
34	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
35	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	

A.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Tryout Keputusan Membeli

Reliability of Keputusan Membeli

SELEKSI AITEM TAHAP I

Reliability Analysis-Scale (Alpha) Keputusan Membeli

Analisis (1)

Reliability

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	35 100.0
	Excluded ^a	0 .0
	Total	35 100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	56

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	148.69	81.575	.704	.785
V2	148.54	85.079	.462	.794
V3	147.83	89.146	.189	.802
V4	147.71	90.975	.004	.808
V5	148.43	87.723	.263	.800
V6	148.40	86.894	.365	.797
V7	148.17	89.440	.138	.804

V8	148.20	89.341	.175	.803
V9	148.26	89.079	.150	.804
V10	148.29	88.151	.257	.800
V11	147.74	88.961	.219	.801
V12	148.80	87.400	.289	.799
V13	148.23	89.829	.108	.805
V14	148.74	90.079	.110	.804
V15	148.60	89.835	.089	.806
V16	148.26	93.491	-.191	.813
V17	148.49	88.551	.231	.801
V18	148.77	85.711	.625	.792
V19	148.37	87.829	.289	.799
V20	148.66	87.408	.362	.798
V21	148.34	89.820	.157	.803
V22	148.69	86.928	.463	.796
V23	148.46	87.255	.394	.797
V24	148.77	87.417	.429	.797
V25	148.37	88.711	.192	.802
V26	148.80	88.165	.309	.799
V27	148.69	87.869	.361	.798
V28	148.26	86.491	.417	.796
V29	148.43	86.723	.374	.797
V30	148.51	90.139	.120	.804
V31	148.51	89.139	.198	.802
V32	148.46	88.373	.281	.800
V33	148.57	88.958	.212	.802
V34	148.89	87.634	.350	.798
V35	148.54	89.550	.180	.802
V36	148.37	89.299	.160	.803
V37	148.06	89.879	.101	.805
V38	148.86	86.244	.476	.795
V39	147.91	90.081	.099	.805
V40	148.29	90.092	.119	.804
V41	148.03	91.676	-.044	.808

V42	148.20	86.400	.354	.797
V43	148.43	88.017	.262	.800
V44	148.40	90.071	.090	.805
V45	148.34	91.879	-.063	.810
V46	148.29	88.563	.278	.800
V47	148.11	94.045	-.268	.813
V48	148.17	91.734	-.050	.809
V49	148.74	88.961	.219	.801
V50	148.83	87.558	.437	.797
V51	148.31	88.281	.339	.799
V52	148.49	87.787	.335	.798
V53	148.46	88.491	.270	.800
V54	148.77	86.064	.584	.793
V55	148.51	86.669	.365	.797
V56	148.26	89.667	.148	.803

SELEKSI AITEM TAHAP II

Reability Analisis-Scale (Alpha) Keputusan Membeli

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	47.86	28.008	.783	.830
V2	47.71	30.092	.535	.844
V6	47.57	31.664	.376	.851
V18	47.94	30.879	.667	.840
V20	47.83	32.205	.340	.852
V22	47.86	31.597	.502	.846
V23	47.63	32.064	.381	.850

V24	47.94	31.291	.586	.843
V26	47.97	32.734	.275	.854
V27	47.86	32.185	.394	.850
V28	47.43	31.664	.393	.850
V29	47.60	31.659	.369	.851
V34	48.06	31.820	.415	.849
V38	48.03	30.911	.554	.843
V42	47.37	31.829	.298	.855
V50	48.00	31.706	.536	.845
V51	47.49	33.434	.187	.857
V52	47.66	32.585	.288	.854
V54	47.94	31.055	.632	.842
V55	47.69	31.398	.392	.850

A.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kelompok Referensi

Reliability of Kelompok Referensi

SELEKSI AITEM TAHAP I

Reliability Analysis-scale (Alpha) Kelompok Referensi

Analisis (1)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	36

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	100.34	55.114	.390	.802
V2	100.43	57.017	.105	.812
V3	100.43	53.605	.457	.799
V4	100.09	55.375	.294	.805
V5	100.71	56.798	.137	.810
V6	100.69	56.869	.156	.809
V7	100.63	56.358	.209	.808

V8	100.46	55.903	.325	.805
V9	100.31	55.222	.410	.802
V10	100.43	57.546	.072	.812
V11	100.43	54.076	.373	.802
V12	100.40	54.541	.462	.800
V13	100.43	53.076	.477	.798
V14	100.63	55.182	.321	.804
V15	100.94	57.173	.097	.812
V16	100.54	53.903	.398	.801
V17	100.49	55.904	.262	.806
V18	100.31	53.457	.445	.799
V19	101.09	55.551	.273	.806
V20	100.57	56.076	.269	.806
V21	100.60	57.718	.042	.813
V22	100.34	55.761	.215	.808
V23	100.86	53.185	.456	.799
V24	100.77	54.182	.396	.801
V25	100.54	55.491	.322	.804
V26	100.97	54.734	.354	.803
V27	100.63	54.299	.356	.803
V28	100.74	54.844	.362	.803
V29	100.74	52.491	.593	.794
V30	100.83	55.323	.292	.805
V31	100.34	55.173	.338	.804
V32	100.91	53.198	.372	.802
V33	100.20	56.459	.166	.810
V34	100.40	56.659	.180	.809
V35	100.37	55.711	.329	.804
V36	100.40	61.012	-.411	.823

SELEKSI AITEM TAHAP II
Reliability Analisis-Scale (Alpha) Kelompok Referensi
Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	54.31	31.692	.464	.814
V3	54.40	30.894	.462	.813
V8	54.43	32.899	.288	.821
V9	54.29	32.034	.440	.815
V11	54.40	31.247	.376	.817
V12	54.37	31.887	.422	.815
V13	54.40	30.894	.424	.815
V14	54.60	31.953	.349	.818
V16	54.51	32.081	.269	.823
V18	54.29	31.210	.388	.817

V23	54.83	30.676	.444	.814
V24	54.74	31.020	.446	.814
V25	54.51	32.022	.383	.817
V26	54.94	31.761	.358	.818
V27	54.60	31.071	.407	.816
V28	54.71	31.857	.365	.818
V29	54.71	30.034	.603	.805
V31	54.31	32.222	.323	.820
V32	54.89	30.281	.406	.817
V35	54.34	32.585	.324	.819

LAMPIRAN B

SKALA, SKOR DATA, DAN ANALISIS DATA PENELITIAN

IDENTITAS PRIBADI

Nama : _____

Usia : _____

Semester : _____

Jurusan : _____

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban dari setiap pernyataan seperti dibawah ini:

SS : Sangat Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut sangat sesuai dengan keadaan diri anda.

S : Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut sesuai dengan keadaan diri anda.

TS : Tidak Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut tidak sesuai dengan keadaan diri anda.

STS : Sangat Tidak Sesuai, yaitu bila pernyataan tersebut sangat tidak sesuai dengan keadaan diri anda.

2. Apabila terjadi kesalahan dalam menjawab, berilah lingkaran pada tanda (X) yang telah dibuat, kemudian berilah tanda (X) yang baru pada jawaban yang dikehendaki.
3. Apabila saudara telah selesai menjawab, periksalah dan pastikan kembali tidak ada aitem yang terlewatkan.

Perlu diketahui bahwa skala ini bukanlah tes, sehingga tidak ada jawaban yang benar atau salah, baik atau buruk. Jawaban yang diberikan tidak berpengaruh terhadap apapun yang berhubungan dengan nilai. Informasi, identitas dan lain-lainnya akan dijamin kerahasiaannya. Untuk itu saudara bisa mencantumkan nama. Atas kesediaan dan kerjasamanya yang baik peneliti banyak mengucapkan terima kasih.

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Jumlah
1	3	2	3	3	2	3	2	3	2	4	2	1	2	2	2	3	3	2	2	49	
2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	55	
3	3	4	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	50	
4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	2	2	2	2	61	
5	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	1	3	2	47	
6	3	3	2	1	2	4	3	2	3	1	4	3	1	2	2	3	1	4	2	3	49
7	4	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	1	4	52	
8	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	3	2	3	3	1	56	
9	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	58	
10	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	56
11	3	3	2	3	4	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	49
12	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	53
13	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	52	
14	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	47	
15	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	55	
16	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	1	3	2	3	3	1	3	2	54	
17	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	53	
18	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	1	2	2	4	3	2	3	1	53
19	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	2	2	2	53	
20	3	3	1	2	4	2	4	1	2	3	2	1	1	1	2	3	1	1	2	1	40
21	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	1	3	2	4	3	3	3	2	53	
22	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	56	
23	3	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	1	2	3	3	2	3	3	1	45	
24	3	4	2	3	2	3	2	4	3	4	2	2	3	1	4	4	3	2	3	57	
25	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	53	
26	4	4	2	4	3	2	4	3	4	4	1	1	3	1	4	3	3	4	1	59	
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	61	
28	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	43	
29	3	3	2	3	2	3	4	3	2	2	4	3	1	3	4	3	3	1	2	53	
30	3	2	1	1	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	1	47	
31	3	2	2	2	2	3	2	1	2	4	2	1	2	2	3	3	2	1	44		

32	3	2	3	4	4	3	2	4	1	4	4	2	3	2	4	3	2	2	1	56
33	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	49
34	3	3	2	3	3	1	3	2	4	2	2	3	2	3	2	3	2	2	1	50
35	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	4	3	4	3	2	2	62
36	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	53
37	3	2	2	4	3	3	2	2	1	2	4	1	4	2	4	3	2	3	2	51
38	3	2	2	3	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	53
39	3	1	2	3	1	2	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	50
40	2	3	3	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	4	2	3	2	3	2	55
41	3	3	3	4	3	2	3	1	3	4	3	2	2	2	3	2	3	2	4	53
42	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	53
43	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	53
44	3	2	2	2	3	2	2	2	4	1	3	2	2	3	3	4	2	1	47	
45	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	48

SKALA KELompok REFERENSI

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Jumlah
1	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	67
2	3	3	2	4	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	58
3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	52
4	4	2	3	2	4	4	3	1	3	4	2	3	1	3	2	4	4	4	1	4	56
5	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	52
6	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	59
7	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	1	2	3	2	4	2	4	2	54
8	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	4	2	4	4	4	3	3	66
9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	59
10	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	62
11	3	2	2	3	4	2	4	2	3	4	2	3	2	4	3	2	4	2	4	2	58
12	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	53
13	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	59
14	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	54
15	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	52
16	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	2	4	3	4	2	3	3	3	62
17	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	4	2	53
18	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	1	4	58	
19	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	57
20	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	1	3	1	4	2	1	3	2	3	2	55
21	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	1	4	59	
22	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	55
23	3	4	1	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	1	4	55	
24	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	4	60	
25	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	58
26	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	1	3	2	4	4	4	1	4	3	65	
27	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	57	
28	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	51	
29	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	65	
30	3	4	2	3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	2	4	2	4	1	3	54	
31	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	2	3	1	4	1	4	56	

32	3	4	1	2	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	2	4	62
33	3	1	2	4	4	2	3	4	4	1	3	1	4	4	3	4	1	4	59
34	4	3	4	2	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	60
35	3	3	3	4	3	2	4	3	4	2	3	3	4	3	2	4	4	4	64
36	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	2	4	3	1	3	2	3	51
37	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	63
38	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	58
39	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	60
40	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	61
41	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	2	3	4	1	4	61	
42	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	58
43	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2	67
44	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	45
45	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	52

B.1. Skala Penelitian Keputusan Membeli

SKALA A

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya makan bakso dua kali bahkan lebih dalam seminggu.				
2.	Setiap kali saya makan bakso, saya tidak begitu memperhatikan hal lainnya, yang penting kenyang.				
3.	Saya bertanya kepada penjual bakso mengenai bahan dasar dari pembuatan bakso di tempat bakso yang saya datangi.				
4.	Saya mencari tempat makan bakso yang letaknya dipinggir jalan saja agar lebih mudah.				
5.	Saya akan bertanya kepada penjual mengenai kehalalan dari bakso yang akan saya beli.				
6.	Saya bertanya kepada teman mengenai bakso yang tidak memiliki label halal resmi dari MUI.				
7.	Saya tidak perlu bertanya kepada teman mengenai bakso yang akan saya makan.				
8.	Saya bertanya kepada teman mengenai pembuatan bakso yang akan saya makan.				
9.	Saya tidak terlalu peduli dengan keramaian pembeli di warung bakso yang saya datangi, yang penting saya makan bakso.				
10.	Saya lebih suka makan bakso keliling yang lewat di tempat tinggal saya, daripada pergi mencari warung bakso.				
11.	Saya akan bertanya kepada teman yang sudah makan bakso di tempat yang belum pernah saya datangi mengenai rasa baksonya, sebelum saya makan bakso di tempat tersebut.				
12.	Saya tidak perlu bertanya mengenai pembuatan bakso, lebih baik saya langsung mencoba saja bakso tersebut tanpa perlu bertanya halal atau tidaknya.				
13.	Ketika saya merasa ragu untuk membeli bakso, saya tidak jadi untuk membeli bakso tersebut.				
14.	Saya tidak pernah bertanya kepada teman mengenai bakso yang akan saya makan, yang penting saya makan bakso sesuai dengan keinginan saya.				
15.	Saya bertanya dulu kepada penjual mengenai proses pembuatan bakso sebelum saya membeli				

	baksonya.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
16.	Saya jarang makan bakso.				
17.	Saya lebih baik pergi mencari tempat makan bakso yang lain jika warung bakso tersebut letaknya terlalu dekat dengan jalan raya.				
18.	Saya tidak memilih bakso sebagai makanan pengganti ketika saya sedang tidak ingin makan nasi.				
19.	Saya suka membeli bakso keliling karena lebih mudah dijumpai.				
20.	Saya tidak mau lagi membeli bakso di tempat yang saya datangi sebelumnya karena rasanya tidak enak.				

B.2. Skala Penelitian Kelompok Referensi

SKALA B

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Ketika saya mendapatkan suatu informasi, saya selalu bertanya kepada teman untuk dimintai pendapatnya mengenai informasi tersebut.				
2.	Setiap informasi yang saya dapat dari teman dapat memberikan sebuah pandangan baru dalam menghadapi suatu persoalan.				
3.	Saya tidak akan menerima informasi dari teman yang berlawanan dengan keinginan saya.				
4.	Jika saya terlalu banyak mendapatkan informasi, saya malah menjadi ragu untuk menerima informasi tersebut.				
5.	Saya merasa lebih percaya diri ketika saya sudah banyak mendapatkan informasi dari teman dalam menghadapi suatu persoalan.				
6.	Saya tidak terlalu mendengarkan setiap informasi yang diberikan oleh teman saya.				
7.	Saya merasa ragu setiap kali teman dekat saya memberikan informasi untuk menyelesaikan suatu persoalan karena tidak sesuai dengan apa yang saya inginkan.				
8.	Saya akan menerima informasi dari teman jika hal tersebut sesuai dengan apa yang saya inginkan				

	dalam menghadapi persoalan.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
9.	Menurut saya, teman dekat sangat mengerti saya, sehingga setiap informasi yang diberikan akan saya dengarkan dengan baik.				
10.	Ketika teman dekat saya memberikan suatu informasi yang berguna untuk diri saya, maka saya akan mencari tahu lebih lanjut mengenai informasi tersebut.				
11.	Saya selalu menerima pendapat dari teman dekat saya karena setiap permasalahan yang saya hadapi selalu terselesaikan dengan baik.				
12.	Saya menerima informasi dari teman dekat, jika saya merasa informasi tersebut tidak berbeda dengan lingkungan sekitar saya.				
13.	Saya menerima informasi dari teman dekat saya, karena memiliki kesamaan dalam memandang suatu persoalan.				
14.	Saya tidak akan langsung menerima informasi dari teman dekat saya, karena belum tentu sesuai dengan diri saya.				
15.	Saya menerima informasi dari teman dekat saya karena setiap informasi yang diberikan akan membuat diri saya jauh lebih baik daripada sebelumnya.				
16.	Saya biasanya menceritakan kepada teman setiap saya mendapatkan suatu informasi.				
17.	Saya tidak percaya setiap informasi yang saya terima walaupun teman saya sendiri yang mengalami.				
18.	Saya selalu mendengarkan setiap informasi dari teman saya, tetapi di dalam hati saya tetap berpegang teguh dengan kesesuaian dalam ajaran agama Islam.				
19.	Saya tidak akan mendengarkan informasi yang berbeda dari aturan dalam agama saya.				
20.	Saya selalu berusaha mencari informasi dari teman dekat, selanjutnya saya sesuaikan dengan aturan-aturan yang ada dalam agama Islam.				

B.5. DESKRIPSI DATA

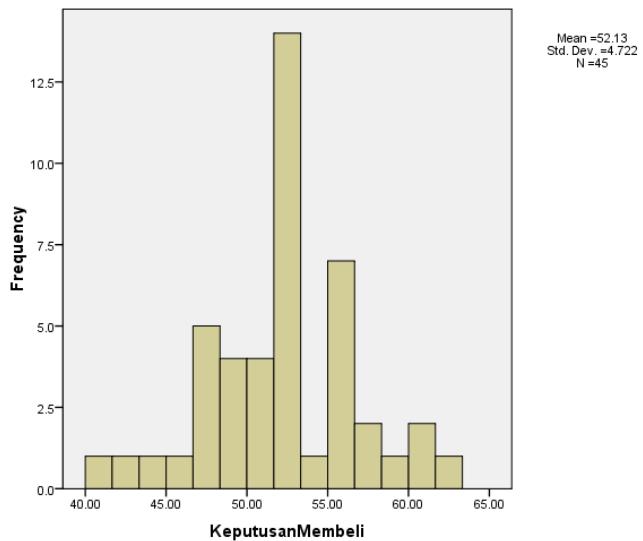
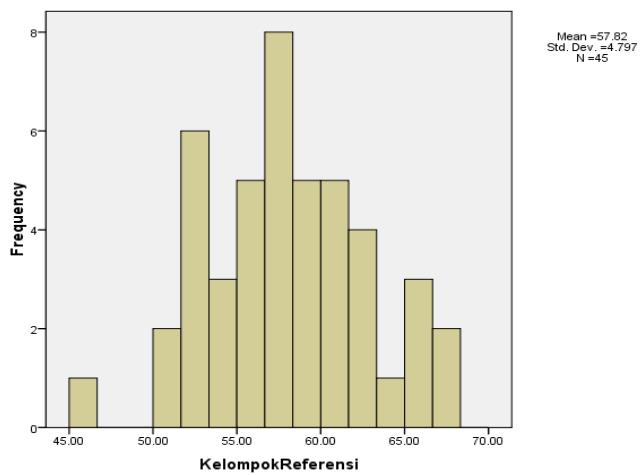
Variable	Jumlah aitem	Descriptive					Nilai empirik				
		Nilai hipotetik			SD	Max	Min	Mean	SD	Max	Min
		Max	Min	Mean							
Keputusan membeli	20	80	20	50	10	62	40	51	3.66		
Kelompok referensi	20	80	20	50	10	67	45	56	3.66		

Frequency Table
Keputusan Membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	40	1	2.2	2.2	2.2
	43	1	2.2	2.2	4.4
	44	1	2.2	2.2	6.7
	45	1	2.2	2.2	8.9
	47	4	8.9	8.9	17.8
	48	1	2.2	2.2	20.0
	49	4	8.9	8.9	28.9
	50	3	6.7	6.7	35.6
	51	1	2.2	2.2	37.8
	52	2	4.4	4.4	42.2
	53	12	26.7	26.7	68.9
	54	1	2.2	2.2	71.1
	55	3	6.7	6.7	77.8
	56	4	8.9	8.9	86.7
	57	1	2.2	2.2	88.9
	58	1	2.2	2.2	91.1
	59	1	2.2	2.2	93.3
	61	2	4.4	4.4	97.8
	62	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Kelompok Referensi

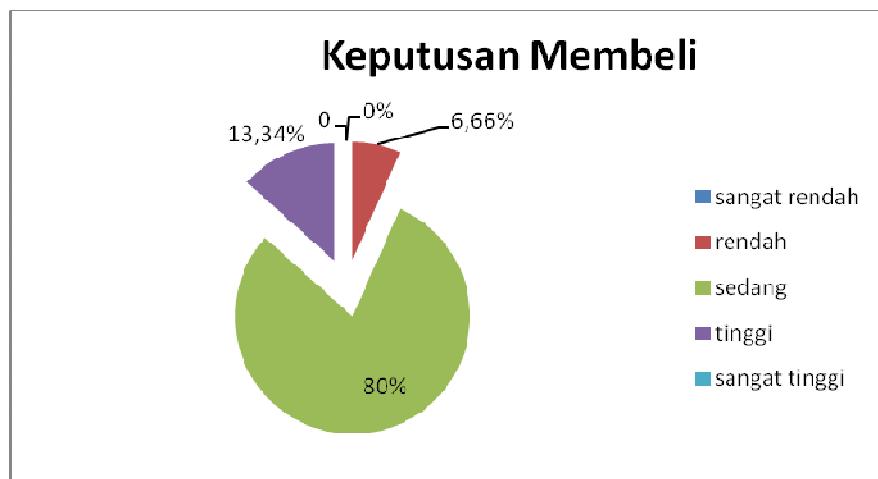
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	45	1	2.2	2.2	2.2
	51	2	4.4	4.4	6.7
	52	4	8.9	8.9	15.6
	53	2	4.4	4.4	20.0
	54	3	6.7	6.7	26.7
	55	3	6.7	6.7	33.3
	56	2	4.4	4.4	37.8
	57	2	4.4	4.4	42.2
	58	6	13.3	13.3	55.6
	59	5	11.1	11.1	66.7
	60	3	6.7	6.7	73.3
	61	2	4.4	4.4	77.8
	62	3	6.7	6.7	84.4
	63	1	2.2	2.2	86.7
	64	1	2.2	2.2	88.9
	65	2	4.4	4.4	93.3
	66	1	2.2	2.2	95.6
	67	2	4.4	4.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

B.6 HISTOGRAM**Keputusan Membeli****Kelompok Referensi**

B.7. KATEGORISASI KEPUTUSAN MEMBELI

Tabel Kategori Nilai Keputusan Membeli

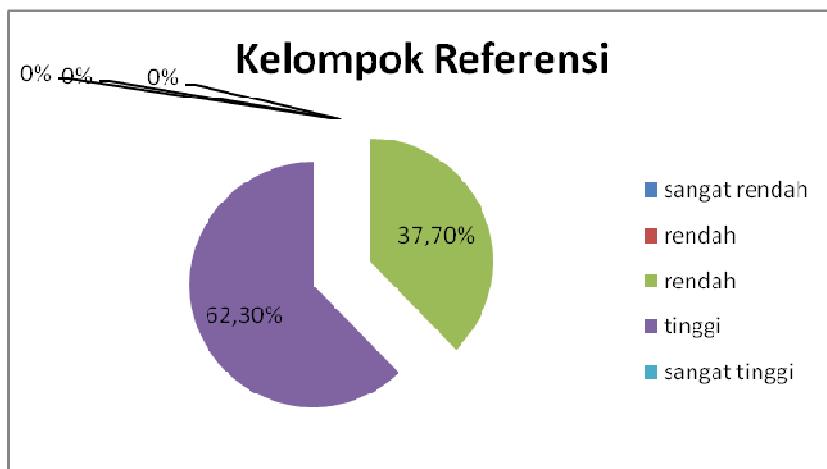
Kategorisasi	Rumus	Nilai	Jumlah	Prosentase
			subjek	
Sangat Rendah	$X \leq M - 1,8 SD$	$X \leq 32$	0	0%
Rendah	$M - 1,8 SD < X \leq M - 0,6 SD$	$32 < X \leq 44$	3	6,66%
Sedang	$M - 0,6 SD < X \leq M + 0,6 SD$	$44 < X \leq 56$	36	80%
Tinggi	$M + 0,6 SD < X \leq M + 1,8 SD$	$56 < X \leq 68$	6	13,34%
Sangat Tinggi	$M + 1,8 SD < X$	$68 < X$	0	0%



B.8. KATEGORISASI KELOMPOK REFERENSI

Tabel Kategori Nilai Kelompok Referensi

Kategorisasi	Rumus	Nilai	Jumlah	Prosentase
			subjek	
Sangat Rendah	$X \leq M - 1,8 SD$	$X \leq 32$	0	0 %
Rendah	$M - 1,8 SD < X \leq M - 0,6 SD$	$32 < X \leq 44$	0	0%
Sedang	$M - 0,6 SD < X \leq M + 0,6 SD$	$44 < X \leq 56$	17	37,7%
Tinggi	$M + 0,6 SD < X \leq M + 1,8 SD$	$56 < X \leq 68$	28	62,3%
Sangat Tinggi	$M + 1,8 SD < X$	$68 < X$	0	0%



B.9. UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keputusan Membeli	Kelompok Referensi
N		45	45
Normal Parameters ^a	Mean	52.1333	57.8222
	Std. Deviation	4.72229	4.79720
Most Extreme Differences	Absolute	.151	.093
	Positive	.116	.070
	Negative	-.151	-.093
Kolmogorov-Smirnov Z		1.010	.621
Asymp. Sig. (2-tailed)		.259	.835
a. Test distribution is Normal.			

B.10. UJI LINIERITAS

Report

Keputusan Membeli

Kelompok Referensi	Mean	N	Std. Deviation
45	47.0000	1	.
51	48.0000	2	7.07107
52	50.0000	4	3.55903
53	53.0000	2	.00000
54	48.6667	3	2.88675
55	47.0000	3	8.18535
56	52.5000	2	12.02082
57	57.0000	2	5.65685
58	52.6667	6	1.96638

59	52.2000	5	3.70135
60	52.3333	3	4.04145
61	54.0000	2	1.41421
62	55.3333	3	1.15470
63	51.0000	1	.
64	62.0000	1	.
65	56.0000	2	4.24264
66	56.0000	1	.
67	51.0000	2	2.82843
Total	52.1333	45	4.72229

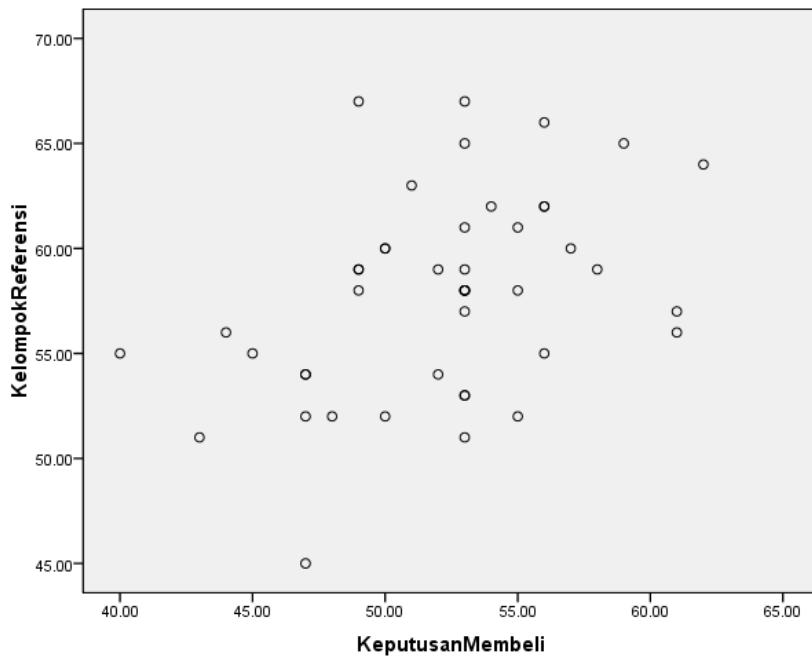
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan	(Combined)	428.567	17	25.210	1.232	.306
Membeli *	Between Groups	168.505	1	168.505	8.233	.008
Kelompok	Linearity	260.062	16	16.254	.794	.680
Referensi	Deviation from Linearity	552.633	27	20.468		
	Within Groups					
	Total	981.200	44			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Membeli *	.414	.172	.661	.437
Kelompok Referensi				

B.11. Kurva Linier



B.12. UJI HIPOTESIS

Correlations

Correlations

		Keputusan Membeli	Kelompok Referensi
Keputusan Membeli	Pearson Correlation	1	.414**
	Sig. (2-tailed)		.005
	N	45	45
Kelompok Referensi	Pearson Correlation	.414**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	45	45

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