

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN  
DALAM KEMASAN BERLABEL HALAL  
(Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**Oleh:**

**NUR TANTI KHANIFAH**

**11390075**

**PEMBIMBING:**

- 1. JOKO SETYONO, S.E., M.Si.**
- 2. H. M. YAZID AFANDI, S.Ag., M.Ag.**

**KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2015**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN  
DALAM KEMASAN BERLABEL HALAL  
(Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**Oleh:**

**NUR TANTI KHANIFAH**

**11390075**

**PEMBIMBING:**

- 1. JOKO SETYONO, S.E., M.Si.**
- 2. H. M. YAZID AFANDI, S.Ag., M.Ag.**

**KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2015**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel faktor sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal pada santri pondok pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif analisis. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh santri pondok pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 santri dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan uji F, uji koefisien determinasi, dan uji t. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah variabel faktor sosial (X1), faktor pribadi (X2), dan faktor psikologis (X3). Sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor sosial (X1), faktor pribadi (X2), dan faktor psikologis (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa variabel faktor sosial (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal. Sedangkan variabel faktor pribadi (X2) dan faktor psikologis (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal.

Kata kunci: sosial, pribadi, psikologis, keputusan pembelian, label halal



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi  
Saudari Nur Tanti Khanifah

Kepada  
**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari:

Nama : Nur Tanti Khanifah  
NIM : 11390075  
Judul : **“Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam. Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudari tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.  
*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 02 Sya'ban 1436 H  
20 Mei 2015 M

Pembimbing I

**Joko Setyono, SE., M.Si**  
NIP. 19730702 200212 1 003



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi  
Saudari Nur Tanti Khanifah

Kepada  
**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

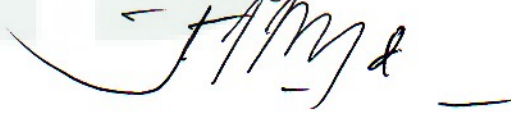
Nama : Nur Tanti Khanifah  
NIM : 11390075  
Judul : **“Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam. Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 26 Rajab 1436 H  
15 Mei 2015 M

Pembimbing II

  
**H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag.**  
19720913 200312 1 001



## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Tanti Khanifah

NIM : 11390075

Prodi : Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 26 Rajab 1436 H  
15 Mei 2015 M

Penyusun



**Nur Tanti Khanifah**  
**NIM. 11390075**



**PENGESAHAN SKRIPSI**  
**Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/26/2015**

Skripsi/Tugas akhir dengan judul :

**“Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nur Tanti Khanifah

NIM : 11390075

Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis 11 Juni 2015

Nilai : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**Tim Munaqasyah:**  
Ketua Sidang

**Joko Setyono, SE., M.Si**  
NIP. 19730702 200212 1 003

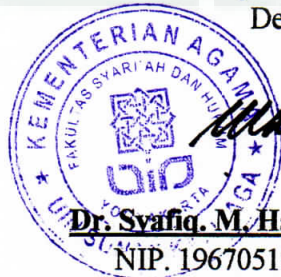
Penguji I

**Dra. Hj. Widyarini, M.M.**  
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji II

**Dr. Ibnu Muhdir, M.Ag.**  
NIP. 19641112 199203 1 006

Yogyakarta, 11 Juni 2015  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Dekan,



**Dr. Syaiful M. Hanafi, S.Ag., M.Ag**  
NIP. 19670518 199703 1 003

## 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.

### A. 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	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	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	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	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
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	`	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap**

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *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>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

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

فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif جاهلية	Ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>jāhiliyyah</i>
2. fatḥah + ya' mati تَنَسَى	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati كريم	ditulis ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati فروض	ditulis ditulis	<i>ū</i> <i>furūd</i>

### F. Vokal Rangkap

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

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أُعدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lām

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

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

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

السَّمَاء	ditulis	<i>as-Samā’</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو بالفروض	ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## MOTTO

**“Bersyukurlah atas keterbatasan yang kita miliki, karena hal itu memberimu kesempatan untuk memperbaiki diri”**

**“Berangkat dengan penuh keyakinan, Berjalan dengan penuh keikhlasan, Istiqomah dalam menghadapi cobaan”**

**“Sesekali Liat Ke Belakang Untuk Melanjutkan Perjalanan yang Tiada Berujung”**

**“Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen bersama untuk menyelesaikannya”**

**“Ketika anda tidak pernah melakukan kesalahan, itu artinya anda tidak pernah berani untuk mencoba”**

**“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang yang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah” (Thomas Alva Edison)**

**“Keberhasilan adalah sebuah proses. Niatmu adalah awal keberhasilan. Peluh keringatmu adalah penyedapnya. Tetesan air matamu adalah pewarnanya. Doamu dan doa orang-orang disekitarmu adalah bara api yang mematangkannya. Kegagalan di setiap langkahmu adalah pengawetnya, maka dari itu, bersabarlah! Allah selalu menyertai orang-orang yang penuh kesabaran dalam proses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimana cara mensyukuri arti sebuah keberhasilan”**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, karya kecil ini penulis persembahkan untuk:

- *Allah dan Rasul-Nya*  
*yang telah menuntun dan memberikan petunjuk serta kasih sayang-Nya kepada penulis sampai sekarang dan sampai hari kiamat kelak,*
- *Bapak dan Ibu tercinta, yang senantiasa memberikan do'a restu serta dukungannya baik secara moral maupun material terhadap keberhasilan studi penulis.*
- *Adik-adiku tersayang yang selalu memberikan kebahagiaan canda tawa dalam kehidupan keluarga.*
- *Serta Almammater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Segala puji syukur atas rahmat Allah Yang Maha Kuasa, karena dengan ijin dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa turunkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafa'at-nya kelak di Hari Akhir. Suatu kebanggaan tersendiri bagi penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)” dengan sebaik-baiknya. Suksesnya penyelesaian skripsi ini juga tentunya tidak terlepas dari pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini, maka skripsi tidak akan terselesaikan dengan maksimal. Atas bantuan dan dorongan baik moril maupun materil kepada penyusun, maka hanya ucapan terima kasih seraya berdoa kepada Allah SWT semoga memberikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada mereka. Pada kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, MA., Ph.D selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. H. Syafiq M. Hanafi., M.Ag. selaku dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

3. Ibu Sunaryati, SE., M.Si selaku Ka.Prodi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Joko Setiyono, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi dan arahan dari awal kuliah sampai penulisan skripsi ini.
5. Bapak H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi II. Terimakasih atas nasehat, masukan, dan kesabaran dalam membimbing selama ini.
6. Seluruh Dosen Keuangan Islam, terimakasih atas ilmu yang diberikan kepada saya, semoga menjadi amal jariyah bagi bapak ibu dan semoga ilmu yang saya dapat senantiasa bermanfaat.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Mastur dan Ibu Supriyati, yang senantiasa memberikan do'a restu serta dukungannya baik secara moral maupun material terhadap keberhasilan studi penulis.
8. Adik-adiku tersayang (Adi Priyanto dan Asih Muliana), yang selalu memberikan kebahagiaan canda tawa dalam kehidupan keluarga.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan "Keuangan Islam angkatan 2011", khususnya KUI-C tercinta (terima kasih banyak aku telah mengenal kalian), semoga persahabatan yang telah kita bina selama ini tidak pupus ditelan jaman.
10. Sahabat-sahabatku di Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Komplek Q tercinta, terutama kamar Q4E yang selama ini telah menjadi bagian keluarga saya.

11. Sahabat-sahabat grup hadrah “Tsamrotul Muna Queen” yang selama ini telah mengajarku mencintai shalawat.

12. Dan pihak-pihak yang turut memberikan semangat dan dorongan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Semoga karya ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Yogyakarta, 26 Rajab 1436 H  
15 Mei 2015 M

Penyusun



Nur Tanti Khanifah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	11
B. Perilaku Konsumen .....	13
C. Perilaku Konsumen dalam Islam .....	14



D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
1. Faktor Sosial .....	18
2. Faktor Pribadi.....	21
3. Faktor Psikologis.....	23
E. Keputusan Pembelian.....	28
F. Kajian Syari'ah Tentang Keputusan Pembelian .....	32
G. Kemasan.....	33
H. Label Halal .....	34
I. Kajian Syari'ah tentang Label Halal .....	37
J. Hipotesis .....	42
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	45
C. Populasi dan Sampel .....	46
D. Skala Pengukuran.....	48
E. Data dan Sumber Data .....	48
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	49
G. Metode Analisis Data.....	51
1. Uji Validitas .....	55
2. Uji Reliabilitas .....	52
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
a. Uji Multikolinieritas.....	53
b. Uji Heteroskedastisitas.....	53
4. Uji Regresi Linear Berganda .....	54
a. Uji Simultan (Uji F) .....	55
b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
c. Uji Parsial (Uji t).....	56

<b>BAB IV. ANALISIS DATA .....</b>	<b>58</b>
A. Karakteristik Responden .....	58
B. Analisis Data .....	60
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	60
a. Hasil Uji Validitas .....	60
b. Hasil Uji Reliabilitas .....	62
2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	63
a. Uji Multikolonieritas .....	63
b. Uji Heteroskedastisitas.....	64
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
a. Uji Simultan (Uji F) .....	66
b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
c. Uji Parsial (Uji t) .....	69
C. PEMBAHASAN. ....	71
1. Pengaruh Variabel Faktor Sosial (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	72
2. Pengaruh Variabel Faktor Pribadi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	73
3. Pengaruh Variabel Faktor Psikologis (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	75
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.2	Label Halal Tanpa Ada Lembaga yang Menjamin .....	35
Gambar 2.3	Label Halal Resmi dari MUI.....	36
Gambar 2.4	Kerangka Teoritik .....	42
Gambar 4.1	Scatterplot .....	65



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	58
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.4	Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.5	Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel 4.6	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
Tabel 4.7	Uji Parsial (Uji t) .....	69

## LAMPIRAN

Lampiran 1	Terjemahan Ayat Al-Qur'an .....	I
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	III
Lampiran 3	Rekapitulasi Jawaban Responden .....	VIII
Lampiran 4	Identitas Responden.....	XIII
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas .....	XVI
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas .....	XXI
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XXIII
Lampiran 8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	XXIV
Lampiran 9	Tabel R .....	XXV
Lampiran 10	Tabel F.....	XXVI
Lampiran 11	Tabel T .....	XXVII
Lampiran 12	Curriculum Vitae .....	XXVIII



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat saat ini mengkonsumsi suatu produk tidak begitu memperhatikan kehalalannya. Mereka hanya berpikiran bahwa produk yang secara langsung diproduksi dari bahan baku yang tidak halal adalah haram. Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya berdasarkan bahan baku saja tapi juga mulai 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 umat 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. Cara paling aman, masyarakat muslim cukup

mempercayakan kepada lembaga terkait yang berkompeten untuk melakukannya.

Kasus di Batam, banyak ditemukan pemalsuan label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI). Banyak oknum tidak bertanggungjawab memalsukan label halal MUI dengan cara menscanning label halal dari perusahaan lain. Umumnya pemalsuan itu terdapat pada produk makanan olahan, catering dan restoran. Sejauh ini pihak MUI sudah menemukan puluhan kasus pemalsuan label halal MUI sejak setahun 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 website [www.halal-muikepri.com](http://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, masyarakat disarankan meminta pihak perusahaan menunjukkan sertifikat halal MUI yang asli. Kalau perusahaannya tidak dapat menunjukkan, berarti diragukan. Karena sertifikat asli itu tidak dapat digandakan dan ada chip-nya.<sup>1</sup>

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

---

<sup>1</sup>[http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/detil\\_page/8/1454](http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/detil_page/8/1454), akses 21 Desember 2014.

memenuhi sasaran yaitu keamanan dan kemanfaatan. Kemasan dapat membantu melaksanakan program pemasaran perusahaan, serta manajemen bisa mengemas produknya sedemikian rupa untuk meningkatkan memperoleh laba.<sup>2</sup> Kemasan yang menarik akan memberikan nilai lebih pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama. Perbedaan tersebut akan terlihat dari label yang ada dalam kemasan produk.

Label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualnya.<sup>3</sup> Dalam label konsumen dapat menemukan informasi mengenai nama atau merek produk, bahan baku yang digunakan, tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, 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.<sup>4</sup> 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

---

<sup>2</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 83.

<sup>3</sup> Irawan dkk., *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*, Edisi kedua, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2001), hlm. 93.

<sup>4</sup> Nurul Laila, "Analisis Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Produk Daging Sapi Olahan dalam Kemasan Berlabel Halal di Hypermart Malang Town Square)", *Skripsi Universitas Negeri Malang*, (2008), hlm. 49.

dengan kehalalan suatu produk, sedangkan sebagian lainnya masih memegang teguh prinsip bahwa suatu produk harus ada label halalhnya.

Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dan yang buruk. Hal ini tercantum dalam Al Qur'an Surat Al Maidah Ayat 100, bahwa "Tidak sama antara yang membahayakan dengan yang bermanfaat, yang rusak dengan yang baik, yang haram dengan yang halal, dan yang dzalim dengan yang adil".<sup>5</sup> Hal tersebut dapat dianggap sebagai salah satu cara yang baik untuk pengambilan keputusan yang sehat dan bijak.

Kotler menyatakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.<sup>6</sup> Pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Haltana<sup>7</sup> dengan menyatakan bahwa faktor

---

<sup>5</sup> Ahmad Mushthafa Al Maraghi, *Terjemah Tafsir Al Maraghi*, (Semarang: Penerbit Toha Semarang, 1987), hlm. 62.

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 1, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hlm. 234.

<sup>7</sup> Novel Haltana, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie", *Jurnal* (2009), hlm. 9.

sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Seperti yang dikatakan Kotler bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial, pribadi, dan psikologis.<sup>8</sup>

Penelitian tentang keputusan pembelian makanan dan label halal telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Urfana dan Sembiring<sup>9</sup> pada tahun 2012, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *quota sampling* dan teknik analisis data regresi linear berganda, mendapatkan kesimpulan bahwa variabel kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji pada konsumen KFC Walikota Medan. Hasil uji juga menunjukkan secara parsial variabel pribadi dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Haltana<sup>10</sup> dengan menggunakan uji korelasi *spearman* dan uji *chi square*, menyatakan bahwa secara simultan dan parsial variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mie

---

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 214.

<sup>9</sup> Millatina Urfana dan Beby Karina Fawzee Sembiring, “Analisis Pengaruh Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Walikota Medan” “*Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*, (2012), hlm. 9.

<sup>10</sup> Novel Haltana, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie”, *Jurnal* (2009), hlm. 9.



Instan Merek Indomie. Penelitian lain juga dilakukan oleh Intan<sup>11</sup> dengan menggunakan teknik sampel *accidental sampling* dan metode analisis data regresi linear berganda. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa faktor psikografis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, dari segi objek penulis mengambil objek masyarakat muslim yaitu santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta. Dari segi variabel, penulis menggunakan tiga variabel independen yaitu faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis, serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal. Untuk teknik pengambilan sampel yaitu dengan teknik *accidental sampling*, dan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda.

Seperti yang kita ketahui bahwa Indonesia merupakan negara yang penduduknya mayoritas beragama Islam. Dalam lingkup yang lebih kecil santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta dapat dijadikan sebagai contoh kecil komunitas Islam dan mewakili menjadi konsumen produk yang berlabel halal. Santri Al Munawwir merupakan santri berpendidikan tinggi yang meliputi pelajar, mahasiswa/mahasiswi, dan pegawai negeri/swasta yang masih mengabdikan di pesantren. Santri dari segi sosial berada pada lingkungan yang religius. Selain itu dari segi

---

<sup>11</sup> Intan Nur Hidayatun, "Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Ngaliyan", *Skripsi* Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang (2012), hlm. 86.

kepribadian dan psikologis, santri dianggap paham dan mengerti akan ajaran agama Islam, sehingga dapat memilih dan membedakan mana makanan yang halal dan haram. Karena itulah peneliti yakin dengan mengambil sampel santri dapat mewakili masyarakat muslim, khususnya daerah Krpyak. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, maka penulis melakukan penelitian dengan dengan judul “Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krpyak Bantul Yogyakarta)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal pada santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krpyak Bantul Yogyakarta?
2. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal pada santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krpyak Bantul Yogyakarta?

3. Apakah faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal pada santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal pada santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal pada santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal pada santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Penulisan dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan sebagai aplikasi praktis dari pendidikan yang telah ditempuh selama di bangku kuliah.

## 2. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana faktor pribadi, sosial, dan psikologis mempengaruhi keputusan pembelian.

## 3. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai suatu hasil karya dan sebuah karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang yang sama.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri dari 5 bab. Bab I adalah pendahuluan, menguraikan argumentasi terhadap pentingnya penelitian ini. Bab ini mencakup latar belakang masalah sebagai landasan lebih lanjut, rumusan masalah yang berguna untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian yang mengarahkan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, serta sistematika pembahasan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian pendahuluan.

Bab II merupakan telaah pustaka yang menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penulisan penelitian ini, kerangka teoritik yang membahas mengenai tinjauan teoritis, hubungan antara teori-teori yang digunakan dalam penelitian dengan hipotesis, kerangka pemikiran berisi kesimpulan dari telaah literatur yang

digunakan untuk menyusun hipotesis yang selanjutnya disambung hipotesis yang dirumuskan.

Bab III adalah metodologi penelitian yang menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan sampel, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data sebagai alat analisis yang digunakan untuk melakukan penelitian.

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 penelitian, dan saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

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

1. Berdasarkan hasil uji secara simultan, faktor sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan berlabel halal.
2. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial, variabel faktor sosial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal. Sedangkan variabel faktor pribadi dan faktor psikologis mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan berlabel halal.

#### **B. Saran**

1. Bagi santri dan masyarakat umum agar dalam memilih produk makanan lebih hati-hati dan 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 pembelian, yaitu variabel faktor

sosial, pribadi, dan psikologis. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel-variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini dalam mengukur keputusan pembelian, 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

Abdullah Thamrin, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2013.

Al Maraghi, Ahmad Mushthafa, *Terjemah Tafsir Al Maraghi*, Semarang: Penerbit Toha Semarang, 1987.

Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2005.

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

Irawan dkk., *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*, Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2001.

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

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

Laksana, Fajar, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

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

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

- Mujib, Abdul dan Yusuf Mudzakir, *Nuansa Nuansa Psikologi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Pamungkas, M. Imam, *Akhlaq Muslim Modern*, Bandung: Marja, 2012.
- Qardhawi, M. Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2007.
- Setyono, Joko, *Manajemen Pemasaran (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: Biruni Press, 2008.
- Singarimbun, Effendi, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 1987.
- Sugiarto, *Teknik Sampling*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen: Impikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Suwarman, Ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi Kedua, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Swastha, Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Trihendradi, *7 Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 17*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.
- UIN Sunan Kalijaga, *Praktikum Statistik SPSS Versi 17*, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, 2013.
- Umar, Husein, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Widyarini, *Penyusunan Kuesioner Untuk Riset Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: PT Ekonisia, 2013.
- Wahyono, Teguh, *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, Jakarta: PT Elex Komputindo, 2009.

### **Peraturan Undang-Undang**

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

Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

Pasal 30 ayat (2) Undang-undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

### **Skripsi dan Jurnal**

Adisasmito, Wiku, *Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan*, Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, 2008.

Haltana, Novel, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie*, Jurnal, 2009.

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

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

Laila, Nurul, *Analisis Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Produk Daging Sapi Olahan dalam Kemasan Berlabel Halal di Hypermart Malang Town Square)*, Malang: Universitas Negeri Malang, 2008.

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

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 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari, 2006.

Urfana Millatina, Beby Karina Fawzee Sembring, *Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, 2012.

### **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) akses 21 Desember 2014.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Terjemah Al Qur'an

No.	Hlm.	FN	Surat	Terjemah
1	16	11	Al Baqarah: 173	<i>Sesungguhnya Dia (Allah) hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.</i>
2	16	12	Al Maidah: 87	<i>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.</i>
3	17	13	Al Maidah: 96	<i>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 akan dikumpulkan (kembali).</i>
4	18	16	Al Isra': 36	<i>Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabnya.</i>
5	20	19	Al Hujurat: 10	<i>Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.</i>
6	23	27	At-Tin: 4	<i>sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.</i>

7	23	28	Ar-Ruum: 22	<i>Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah menciptakan langit dan bumi dan berlain-lainan bahasamu dan warna kulitmu. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui.</i>
8	25	31	Ar-Ra'd: 11	<i>Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.</i>
9	27	35	Al Isra': 85.	<i>Dan mereka bertanya kepadamu tentang ruh. Katakanlah: "Ruh itu termasuk urusan Tuhan-ku, dan tidaklah kamu diberi pengetahuan melainkan sedikit"</i>
10	32	47	Al Maidah: 100	<i>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."</i>
11	33	49	Al A'raf: 157	<i>Allah menghalalkan segala yang baik bagi mereka dan mengharamkan segala yang buruk bagi mereka.</i>
12	37	58	Al Maidah: 88	<i>Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.</i>
13	38	60	Al Baqarah: 29	<i>Dialah (Allah), yang menciptakan segala yang ada di bumi untuk kamu.</i>
14	39	63	An Nahl: 116.	<i>Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.</i>

## Lampiran 2

### KUESIONER PENELITIAN

Yth.

Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta

Di tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian skripsi pada program strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, saya:

Nama : Nur Tanti Khanifah

NIM : 11390075

Fakultas / Jurusan : Syariah dan Hukum / Keuangan Islam

Bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)”, 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 terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya,

Nur Tanti Khanifah

## KUISIONER PENELITIAN

“Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap  
Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal  
(Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Bantul Yogyakarta)”

### A. Identitas Responden

Umur :  
Jenis Kelamin : (Laki-laki / Perempuan)  
Pekerjaan : (pelajar/mahasiswa/pegawai/lainnya.....)  
Lama menjadi santri : ..... (Tahun)

### 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 N : Netral skor 3

Jawaban TS : Tidak Setuju skor 2

Jawaban STS : Sangat Tidak Setuju skor 1

No.	Pertanyaan	Kategori Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>A</b>	<b>Faktor Sosial (X1)</b>					
1	Saya memilih makanan berlabel halal karena saya mengacu pada guru (ustadz/ustadzah) yang mengkonsumsi makanan halal					
2	Saya memilih makanan berlabel halal karena mengikuti keluarga saya yang mengkonsumsi makanan halal					
3	Saya memilih makanan berlabel halal karena pengaruh orang terdekat / teman-teman saya					
4	Saya memilih makanan yang berlabel halal karena saya sebagai umat muslim wajib mengkonsumsi segala sesuatu yang halal					

<b>B</b>	<b>Faktor Pribadi (X2)</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya lebih suka mengkonsumsi produk makanan berlabel halal meskipun harganya lebih mahal daripada makanan yang tidak berlabel halal dengan harga yang lebih murah					
2	Saya memilih makanan berlabel halal dari MUI karena prinsip saya harus mengkonsumsi segala sesuatu yang benar-benar halal					
3	Bagi saya mengkonsumsi produk makanan halal itu penting, supaya mendapatkan ridho Allah SWT					
4	Melihat adanya isu-isu pada makanan yang tidak halal (ataupun pemalsuan label halal), saya berusaha untuk mencari banyak informasi tentang produk makanan yang akan saya konsumsi					
<b>C</b>	<b>Faktor Psikologis (X3)</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Label halal dari MUI memberikan motivasi bagi saya untuk mengkonsumsi produk makanan tersebut					
2	Saya akan memprioritaskan untuk membeli produk makanan dengan label halal dari MUI					
3	Saya memilih makanan berlabel halal karena saya mengetahui gambar “label halal” yang resmi dari LPPOM MUI					

4	Saya memilih makanan berlabel halal karena saya yakin dengan adanya label halal itu menunjukkan bahwa makanan tersebut benar-benar halal untuk dikonsumsi.					
<b>D</b>	<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Label halal pada makanan memberikan informasi tentang jaminan kehalalan					
2	Makanan yang berlabel halal pasti diproses sesuai dengan syariat Islam					
3	Label halal menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli produk, karena saya selalu memperhatikan ada tidaknya label halal pada kemasan makanan sebelum melakukan pembelian					
4	Saya membeli makanan yang berlabel halal secara sadar atas kemauan saya sendiri					
5	Saya telah menjatuhkan pilihan untuk membeli makanan yang berlabel halal					
6	Label halal memberikan rasa aman dalam mengkonsumsi produk					

Lampiran 3

**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN**

Faktor Sosial (X1)					Faktor Pribadi (X2)					Faktor Psikologis (X3)					Keputusan Pembelian (Y)						
x1a	x1b	x1c	x1d	$\sum X1$	x2a	x2b	x2c	x2d	$\sum X2$	x3a	x3b	x3c	x3d	$\sum X3$	ya	yb	yc	yd	ye	yf	$\sum Y$
4	4	3	5	16	5	5	5	4	19	3	3	3	2	11	4	3	3	5	3	3	21
4	4	4	5	17	3	3	5	4	15	4	5	4	5	18	5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	4	5	5	4	5	28
5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	3	4	5	5	4	5	27
5	5	3	5	18	5	5	5	5	20	5	4	5	3	20	5	4	5	4	5	5	29
5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	4	25
1	5	1	5	12	5	5	5	3	18	1	3	4	3	10	5	3	3	5	5	5	26
3	4	4	5	16	4	5	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	5	5	5	5	28
5	4	2	5	16	4	4	3	5	16	4	5	4	4	17	4	5	5	4	5	5	28
2	4	4	5	15	5	4	4	5	18	5	4	5	5	20	5	4	5	5	4	5	30
3	3	4	3	13	3	4	3	4	12	3	4	3	3	13	4	3	5	4	3	4	19
3	4	3	3	13	5	3	4	3	12	3	4	3	3	13	3	4	3	4	3	3	19
3	3	3	3	12	3	4	3	4	12	3	4	3	5	13	3	4	3	4	3	3	19
3	4	3	4	14	4	5	4	4	16	4	5	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	5	16	4	4	5	4	16	4	4	5	4	16	4	4	3	4	4	5	24
3	4	3	3	13	4	3	5	3	13	3	4	3	3	13	4	3	3	4	3	3	20
4	3	3	4	13	3	4	3	3	13	3	4	3	5	13	4	3	3	4	3	3	20

2	2	2	4	10	4	4	5	5	18	3	3	3	3	12	3	5	3	4	3	3	18
2	2	2	4	10	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15	2	3	3	4	3	3	18
5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	3	5	5	2	5	5	25
3	4	4	5	16	5	4	4	3	16	1	4	3	4	12	3	3	5	4	4	4	23
3	3	3	4	13	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15	4	4	3	4	4	4	23
2	3	2	4	11	2	2	4	3	11	3	4	4	4	15	2	3	2	2	2	2	13
5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	4	4	4	5	27
4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28
2	2	2	5	11	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	3	4	4	4	4	23
5	5	3	4	17	5	5	4	3	17	3	5	4	4	16	5	4	3	4	4	4	24
2	4	2	5	13	2	4	5	5	16	5	4	4	4	17	5	4	4	4	5	4	26
3	3	4	5	15	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	4	25
3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	3	4	3	4	13	4	5	4	5	4	3	23
5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19	5	5	5	4	5	4	28
5	4	2	5	16	4	4	3	5	16	4	5	5	5	19	5	3	4	4	4	5	25
4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	3	3	4	4	14	5	5	3	5	5	4	27
3	5	5	5	18	4	4	5	5	18	3	3	4	4	14	4	4	5	3	5	5	26
5	4	2	5	16	4	4	3	5	16	4	5	5	5	19	5	3	4	5	4	5	26
5	5	5	4	19	5	4	3	5	17	3	4	4	5	16	4	5	5	4	5	4	27
5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17	5	5	5	5	4	5	29
5	4	2	5	16	4	4	3	5	16	4	5	5	3	17	5	3	4	5	4	5	26
4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15	4	4	5	3	5	5	26

4	4	5	5	18	5	5	3	5	18	4	4	5	3	16	3	5	4	4	5	5	26
4	5	4	3	16	4	3	3	5	15	4	4	3	5	16	5	4	5	4	3	3	24
4	3	5	4	16	5	4	5	3	17	4	5	4	3	16	5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	4	4	3	15	5	5	4	3	5	5	27
5	5	4	3	17	4	3	4	3	14	4	3	3	3	13	4	5	4	5	5	5	28
4	5	3	5	17	5	5	4	3	17	4	4	4	4	16	5	4	5	3	5	5	27
4	5	3	3	15	5	5	3	5	18	4	5	4	5	18	4	4	5	4	5	5	27
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	5	20	3	3	5	5	16	4	3	5	4	16	5	5	4	3	5	5	27
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	5	5	4	4	5	5	28
5	5	3	5	18	5	5	4	3	17	4	4	4	3	15	5	5	4	4	3	4	25
5	5	5	4	19	3	3	5	5	16	4	5	5	4	18	5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	5	5	3	4	17	5	5	4	4	5	3	26
4	4	5	3	16	4	5	5	5	19	3	3	5	4	15	5	5	4	3	5	5	27
4	4	3	5	16	5	5	5	3	18	5	5	4	5	19	4	5	3	4	5	5	26
4	3	3	5	15	4	4	4	4	16	5	5	3	5	18	4	5	5	3	5	5	27
5	5	4	3	17	3	5	4	5	17	4	4	5	5	18	5	5	4	4	5	5	28
5	4	5	3	17	5	5	4	5	19	3	4	3	5	15	4	5	3	5	4	5	26
5	3	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	5	5	18	4	4	5	3	4	5	25
3	4	3	3	13	4	4	3	4	15	5	4	2	5	16	4	4	3	5	4	5	25
3	2	3	4	12	4	4	5	4	17	5	4	2	3	14	5	4	3	4	4	5	25
3	4	5	4	16	4	5	3	5	17	3	2	4	3	12	5	4	3	4	4	5	25
3	4	3	5	15	4	5	4	4	17	4	4	3	4	15	4	4	3	4	3	3	21
4	5	4	4	17	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18	4	4	4	5	4	4	25

3	4	4	4	15	4	4	5	4	16	5	4	4	4	17	3	3	3	4	3	4	20
3	4	2	3	12	2	3	4	4	13	3	4	2	3	12	4	3	2	5	4	5	23
5	3	4	4	16	4	5	4	3	16	5	4	4	4	17	4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18	4	4	4	5	5	4	26
3	3	3	5	14	4	2	4	5	15	4	5	3	5	17	5	4	3	4	5	5	26
4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	3	3	4	25
5	5	4	5	19	5	5	4	5	20	5	5	4	5	19	3	5	5	2	5	5	25
2	2	2	5	11	5	4	5	5	20	4	4	4	5	17	5	4	5	5	5	5	30
4	3	3	3	13	3	4	5	3	15	3	4	4	4	15	3	4	4	3	3	4	21
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	3	3	4	4	4	4	22
3	4	3	4	14	4	4	3	3	14	4	4	4	3	15	3	4	3	3	4	3	18
4	5	4	5	18	4	5	4	4	16	4	5	4	4	16	3	4	4	5	5	4	25
4	4	3	4	15	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	25
2	4	2	5	13	3	4	4	3	14	3	3	4	3	13	4	3	4	4	4	3	22
4	5	4	5	18	3	4	3	4	14	5	4	4	3	16	4	4	3	4	4	4	23
2	4	2	5	13	3	5	4	3	15	3	4	3	4	14	4	4	4	5	5	5	27
4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	5	4	4	16	4	4	3	4	3	4	22
4	5	4	5	18	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15	4	5	4	4	3	5	25
3	1	1	3	8	2	3	5	4	14	3	3	3	4	13	4	5	3	3	3	5	23
5	5	4	5	19	3	4	4	3	14	4	5	5	5	19	4	4	3	3	4	4	22
4	5	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	25
4	5	3	5	17	5	5	5	4	19	3	4	5	5	17	4	5	5	4	5	5	29
3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	4	3	4	3	14	4	4	3	3	3	4	21
2	4	4	5	15	5	3	3	4	15	2	3	3	3	11	4	4	3	3	4	4	22

2	4	4	4	14	5	5	3	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	4	29
3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	3	3	4	3	13	4	5	3	5	3	3	23
3	4	3	4	14	3	4	3	4	13	3	4	3	3	13	4	3	3	4	3	3	20
3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	3	2	3	4	12	4	4	3	4	3	4	22
3	4	2	5	14	5	5	5	4	19	3	5	5	5	18	4	4	4	5	5	4	26
3	4	4	3	14	4	5	4	4	17	4	4	3	4	15	4	5	4	4	4	4	25
2	3	3	4	12	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
3	3	3	5	14	5	5	5	5	20	3	5	4	5	17	5	5	4	5	5	5	29
3	5	3	5	16	3	4	4	3	14	4	4	3	3	14	5	5	3	5	4	5	27
2	4	2	4	12	3	4	4	3	14	2	2	3	3	10	4	3	2	2	4	4	19
4	5	4	5	18	4	4	5	5	18	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	3	25





## Lampiran 4

### Identitas Responden

No.	Jenis Kelamin (L/P)	Umur (Th)	Status Pekerjaan	Frekuensi jadi Santri
1	P	20	Mahasiswa	3
2	P	22	Santri	5
3	P	22	Mahasiswa	3
4	P	20	Mahasiswa	3
5	L	21	Mahasiswa	3
6	P	23	Pegawai	5
7	L	16	Pelajar	4
8	L	20	Santri	4
9	L	22	Santri	5
10	P	21	Mahasiswa	5
11	P	22	Mahasiswa	5
12	P	21	Mahasiswa	6
13	P	23	Mahasiswa	4
14	P	22	Mahasiswa	5
15	P	23	Mahasiswa	4
16	P	20	Mahasiswa	9
17	P	23	Mahasiswa	12
18	P	22	Mahasiswa	4
19	P	20	Mahasiswa	2
20	P	23	Mahasiswa	4
21	P	22	Mahasiswa	3
22	P	25	Santri	7
23	P	22	Mahasiswa	4
24	L	19	Santri	1
25	L	15	Pelajar	1
26	L	19	Mahasiswa	2
27	L	18	Mahasiswa	1
28	L	20	Mahasiswa	1
29	L	19	Mahasiswa	1
30	P	28	Mahasiswa	5
31	L	24	Santri	9
32	L	24	Mahasiswa	2
33	L	23	Mahasiswa	3
34	L	25	Mahasiswa	12

35	L	24	Santri	12
36	L	20	Santri	7
37	L	24	Pegawai	9
38	L	20	Santri	2
39	L	29	Santri	15
40	L	20	Santri	5
41	L	27	Pegawai	6
42	L	22	Mahasiswa	5
43	L	16	Pelajar	4
44	L	27	Santri	8
45	L	17	Pelajar	3
46	L	16	Pelajar	1
47	P	24	Mahasiswa	5
48	P	24	Mahasiswa	5
49	P	26	Pegawai	5
50	P	19	Mahasiswa	1
51	L	23	Mahasiswa	4
52	P	19	Santri	1
53	L	19	Santri	2
54	L	20	Mahasiswa	2
55	L	27	Mahasiswa	8
56	P	25	Pegawai	8
57	L	25	Mahasiswa	5
58	L	26	Santri	5
59	L	23	Mahasiswa	5
60	P	22	Mahasiswa	5
61	L	23	Mahasiswa	5
62	L	23	Mahasiswa	1
63	L	23	Mahasiswa	4
64	P	21	Mahasiswa	4
65	L	22	Mahasiswa	3
66	L	25	Mahasiswa	5
67	L	24	Santri	1
68	L	25	Santri	5
69	P	23	Mahasiswa	6
70	L	23	Santri	4
71	P	20	Mahasiswa	2
72	P	23	Mahasiswa	3
73	P	20	Mahasiswa	2

74	P	20	Mahasiswa	2
75	P	18	Pelajar	1
76	P	22	Mahasiswa	4
77	P	23	Mahasiswa	4
78	P	20	Mahasiswa	2
79	P	19	Mahasiswa	1
80	P	18	Pelajar	1
81	P	19	Mahasiswa	1
82	P	24	Pegawai	2
83	P	21	Mahasiswa	1
84	P	19	Mahasiswa	1
85	P	17	Pelajar	6
86	P	20	Mahasiswa	1
87	P	19	Mahasiswa	1
88	P	22	Mahasiswa	3
89	P	22	Mahasiswa	3
90	P	23	Pegawai	10
91	P	21	Mahasiswa	3
92	P	22	Mahasiswa	6
93	P	25	Mahasiswa	5
94	P	29	Pegawai	10
95	P	22	Pegawai	6
96	P	24	Mahasiswa	3
97	P	22	Mahasiswa	4
98	P	23	Mahasiswa	4
99	P	23	Mahasiswa	5
100	P	21	Mahasiswa	7

Lampiran 5

UJI VALIDITAS

1. Faktor Sosial

Correlations

		X1	X1	X1	X1	Sosial
X1	Pearson Correlation	1	.475**	.490**	.050	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.622	.000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.475**	1	.418**	.285**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.490**	.418**	1	.005	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.962	.000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.050	.285**	.005	1	.427**
	Sig. (2-tailed)	.622	.004	.962		.000
	N	100	100	100	100	100
Sosial	Pearson Correlation	.773**	.789**	.731**	.427**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## 2. Faktor Pribadi

### Correlations

		X2	X2	X2	X2	Pribadi
X2	Pearson Correlation	1	.596**	.150	.296**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.136	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.596**	1	.256*	.178	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.076	.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.150	.256*	1	.128	.549**
	Sig. (2-tailed)	.136	.010		.204	.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.296**	.178	.128	1	.592**
	Sig. (2-tailed)	.003	.076	.204		.000
	N	100	100	100	100	100
Pribadi	Pearson Correlation	.784**	.758**	.549**	.592**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

### 3. Faktor Psikologis

#### Correlations

		X3	X3	X3	X3	psikologis
X3	Pearson Correlation	1	.534**	.348**	.407**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.534**	1	.345**	.530**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.348**	.345**	1	.413**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.407**	.530**	.413**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
psikologis	Pearson Correlation	.777**	.786**	.692**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

#### 4. Keputusan Pembelian

##### Correlations

		Y	Y	Y	Y	Y	Y	keputusan pembelian
Y	Pearson Correlation	1	.394**	.238*	.318**	.387**	.435**	.673**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.394**	1	.411**	.075	.457**	.434**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.459	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.238*	.411**	1	.103	.545**	.380**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.308	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.318**	.075	.103	1	.224*	.191	.474**
	Sig. (2-tailed)	.001	.459	.308		.025	.058	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.387**	.457**	.545**	.224*	1	.630**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.025		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.435**	.434**	.380**	.191	.630**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.058	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
keputusan pembelian	Pearson Correlation	.673**	.678**	.672**	.474**	.803**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

**Correlations**

		Y	Y	Y	Y	Y	Y	keputusan pembelian
Y	Pearson Correlation	1	.394**	.238*	.318**	.387**	.435**	.673**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.394**	1	.411**	.075	.457**	.434**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.459	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.238*	.411**	1	.103	.545**	.380**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.308	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.318**	.075	.103	1	.224*	.191	.474**
	Sig. (2-tailed)	.001	.459	.308		.025	.058	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.387**	.457**	.545**	.224*	1	.630**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.025		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.435**	.434**	.380**	.191	.630**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.058	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
keputusan pembelian	Pearson Correlation	.673**	.678**	.672**	.474**	.803**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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



## Lampiran 6

### UJI RELIABILITAS

#### 1. Faktor Sosial

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	4

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	11.7700	3.532	.505	.486
X1	11.4500	3.745	.582	.436
X1	11.9900	3.828	.451	.530
X1	11.1700	5.456	.133	.719

#### 2. Faktor Pribadi

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	4

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2	12.3700	2.357	.516	.409
X2	12.2300	2.623	.521	.419
X2	12.3300	3.314	.233	.630
X2	12.3300	3.153	.275	.604

### 3. Faktor Psikologis

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3	12.0200	3.333	.543	.692
X3	11.7800	3.628	.613	.653
X3	11.9900	3.889	.453	.737
X3	11.8500	3.604	.573	.672

### 4. Keputusan Pembelian

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	6

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y	20.6000	7.636	.511	.723
Y	20.6500	7.563	.513	.723
Y	20.8900	7.372	.483	.731
Y	20.6900	8.499	.244	.791
Y	20.6300	6.821	.681	.675
Y	20.4900	7.121	.614	.695

## Lampiran 7

### UJI ASUMSI KLASIK

#### 1. Uji Multikolinearitas

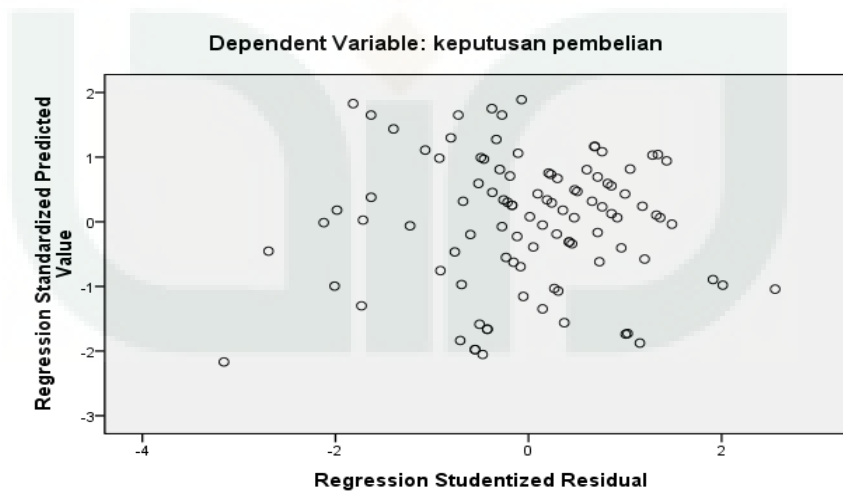
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.840	.326		2.574	.012		
sosial	.118	.071	.141	1.660	.100	.698	1.433
pribadi	.486	.086	.481	5.675	.000	.699	1.430
psikologis	.213	.076	.242	2.780	.007	.663	1.508

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



## Lampiran 8

### UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

#### 1. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.704	3	4.901	34.482	.000 <sup>a</sup>
	Residual	13.646	96	.142		
	Total	28.350	99			

a. Predictors: (Constant), psikologis, pribadi, sosial

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

#### 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.519	.504	.37702

a. Predictors: (Constant), psikologis, pribadi, sosial

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

#### 3. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.840	.326		2.574	.012		
	sosial	.118	.071	.141	1.660	.100	.698	1.433
	pribadi	.486	.086	.481	5.675	.000	.699	1.430
	psikologis	.213	.076	.242	2.780	.007	.663	1.508

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Lampiran 9

TABEL R

Df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1735	0.2060	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2442	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 10

**TABEL F**

**Titik Persentase Distribusi F untuk probabilitas = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)						
	1	2	3	4	5	6	7
<b>91</b>	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
<b>92</b>	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
<b>93</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
<b>94</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
<b>95</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
<b>96</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11
<b>97</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11
<b>98</b>	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10
<b>99</b>	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10
<b>100</b>	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10
<b>101</b>	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10
<b>102</b>	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10
<b>103</b>	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10
<b>104</b>	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10
<b>105</b>	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10

Lampiran 11

**TABEL T**

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81-100)**

<b>Pr df</b>	<b>0.25 0.50</b>	<b>0.10 0.20</b>	<b>0.05 0.10</b>	<b>0.025 0.050</b>	<b>0.01 0.02</b>	<b>0.005 0.010</b>	<b>0.001 0.002</b>
<b>81</b>	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
<b>82</b>	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
<b>83</b>	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
<b>84</b>	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
<b>85</b>	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
<b>86</b>	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
<b>87</b>	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
<b>88</b>	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.62286	3.18544
<b>89</b>	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
<b>90</b>	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
<b>91</b>	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
<b>92</b>	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
<b>93</b>	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
<b>94</b>	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.18921
<b>95</b>	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.18825
<b>96</b>	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.18731
<b>97</b>	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.18639
<b>98</b>	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.18549
<b>99</b>	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.18460
<b>100</b>	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.18374

## Lampiran 13

### CURRICULUM VITAE

Nama Lengkap : Nur Tanti Khanifah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat Tanggal Lahir: Cilacap, 4 februari 1992  
Alamat Asal : Jl. H. Yasin No.7 Gunung Reja Sidareja Cilacap 53261  
Alamat Sekarang : Lespim, RT 8 Kranyak Kulon, Sewon, Bantul, Yogyakarta  
No.Telp./Hp : 089672306205  
Alamat E-mail : tantifarah@gmail.com  
Hobbi : Mendengarkan musik

#### **Riwayat Pendidikan:**

SD Negeri 2 Gunung Reja : Tahun 1998-2004  
SMP Negeri 2 Sidareja : Tahun 2004-2007  
MAN Godean Yogyakarta : Tahun 2007-2010  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta : Tahun 2011-2015  
Prodi (Keuangan Islam)