

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN BERLABEL HALAL
(Studi Kasus Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**



SKRIPSI

Oleh:

**LAELA NURRILLIYYIN NASYTHI
NIM 09390044**

PEMBIMBING:

- 1. JOKO SETYONO, S.E.,M.SI.**
- 2. DIAN NURIYAH SOLISSA, SHI, M.SI**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN BERLABEL HALAL
(Studi Kasus Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu
Dalam Ilmu Ekonomi Islam**

OLEH:

**LAELA NURILLIYYIN NASYTHI
NIM 09390044**

PEMBIMBING:

- 1. JOKO SETYONO, S.E.,M.SI.**
- 2. DIAN NURIYAH SOLISSA, SHI, M.SI**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif analisis. Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dengan kriteria (1) Mahasiswa aktif UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2) Mengetahui Label Halal dari MUI. Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).

Dari hasil uji F menunjukkan bahwa variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda secara parsial dapat diketahui bahwa variabel faktor budaya (X1) dan variabel faktor pribadi (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan berlabel halal. Sedangkan, variabel faktor sosial (X2) dan variabel faktor psikologis (X4) berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Variabel paling dominan adalah variabel faktor psikologis (X4).

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

ABSTRACT

This study to describe the influence of variable factors of cultural, social, personal, and psychology on purchasing decisions of instant noodle products labeled as halal in students UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. This research is a survey method with descriptive analysis approach. This study population are students UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Samples taken as many as 100 students with a purposive sampling techniques, the criteria (1) Active Student UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2) Know the Label Halal MUI. Data collection techniques by questionnaire. The analysis tool used is multiple linear regression with F test, t test, and coefficient determinasi. Independent variables used in this study is the cultural factor variable (X1), social factors (X2), personal factors (X3), and psychological factors (X4), while the dependent variable is the purchase decision (Y).

From the F test results showed that the variables of cultural factors (X1), social factors (X2), personal factors (X3), and psychological factors (X4) simultaneously influence on purchasing decisions instant noodle products labeled as halal. Based on the results of the partial regression analysis showed that the variables of cultural factors (X1) and variable personal factors (X3) did not significantly influence the purchasing decisions of instant noodles halal labeled. Meanwhile, the variable social factors (X2) and the psychological factor variable (X4) have significant positive influence on purchasing decisions of instant noodle products labeled as halal in students UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. The most dominant variable is the psychological factor variable (X4).

Keywords : cultural, social, personal, psychological, purchasing decisions, halal label



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Laela Nurilliyin Nasythi
Lamp :-

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

Assalamualaikum Wr.Wb.

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

Nama : Laela Nurilliyin Nasythi
NIM : 09390044
Judul : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Berlabel Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Keuangan Syariah 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 dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Pembimbing I

Joko Setyono, S.E., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Laela Nurrilliyyin Nasythi

Lamp : -

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

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Laela Nurrilliyyin Nasythi
NIM : 09390044
Judul : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Berlabel Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Keuangan Syariah 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 dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Pembimbing II

Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si
NIP. 19840216 200912 2 004



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-1068/Un.02/DEB/PP.05.3/08/2016

Skripsi/tugas akhir dengan Judul :

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Berlabel Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Laela Nurrilliyyin Nasythi

NIM : 09390044

Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 19 Agustus 2016

Nilai : B+

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Joko Seryono, S.E., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

M. Ghafur Wibowo, SE., M.Sc

NIP. 19800314 200312 1 003

Penguji II

H. Muh. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag.

NIP. 19720913 200312 1 001

Yogyakarta, 22 Agustus 2016

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : Laela Nurrilliyyin Nasythi

NIM : 09390044

Program Studi/ Fakultas : Keuangan Syariah

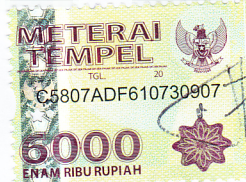
Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul ” **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Berlabel Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Agustus 2016

Penyusun



Laela Nurrilliyyin Nasythi

NIM. 09390044

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laela Nurrilliyyin Nasythi
NIM : 09390044
Program Studi : Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Berlabel Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada tanggal : 10 Agustus 2016
Yang menyatakan



(Laela Nurrilliyyin Nasythi)

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 10 September 1987 nomor: 158/1987 dan nomor : 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 atas) |
| ج | Jīm | J | Je |
| ح | Hā' | ḥ | Ha (dengan titik bawah) |
| خ | Khā' | Kh | ka dan ha |
| د | Dāl | D | De |
| ذ | Žāl | Ž | ze (dengan titik di atas) |
| ر | Rā' | R | Er |
| ز | Zāi | Z | zet |
| س | Sīn | S | es |
| ش | Syīn | Sy | es dan ye |
| ص | Šād | Š | Es (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ض | Dād | ḍ | De (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭā' | ṭ | Te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Zā' | ẓ | Zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'Ain | ‘ | koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fā' | F | Ef |
| ق | Qāf | Q | Qi |
| ك | Kāf | K | Ka |
| ل | Lām | L | 'el |
| م | Mīm | M | 'em |
| ن | Nūn | N | 'en |
| و | Wāw | W | W |
| ه | Hā' | H | Ha |
| ء | Hamzah | ’ | Apostrof |
| ي | Yā' | Y | Ye |

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis Rangkap

| | | |
|--------|---------|-------------------|
| متعددة | Ditulis | <i>Muta'addah</i> |
| عدة | Ditulis | <i>'iddah</i> |

C. Tā' Marbûtah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan tulis *h*

| | | |
|------|---------|---------------|
| حكمة | Ditulis | <i>Ḥikmah</i> |
| جزية | Ditulis | <i>Jizyah</i> |

2. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua ini terpisah, maka ditulis dengan *h*

| | | |
|----------------|---------|---------------------------|
| كرامة الأولياء | Ditulis | <i>karāmah al-auliyā'</i> |
|----------------|---------|---------------------------|

3. Bila *tā' marbûtah* hidup maupun dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | <i>Zakāh al-fiṭr</i> |
|------------|---------|----------------------|

D. Vokal Pendek

| | | | |
|----|--------|---------|---|
| ◌َ | Fathah | Ditulis | A |
| ◌ِ | Kasrah | Ditulis | I |
| ◌ُ | Ḍammah | Ditulis | U |

E. Vokal Panjang

| | | |
|----------------------------|--------------------|------------------------|
| Fathah + alif جاهلية | ditulis ditulis | â <i>Jâhiliyyah</i> |
| Fathah + yā' mati تنسى | ditulis ditulis | â <i>Tansâ</i> |
| Kasrah + yā' mati كريم | ditulis ditulis | î <i>Kar î m</i> |
| Ḍammah + wāwu mati فروض | ditulis ditulis | û <i>Furûd</i> |

F. Vokal Rangkap

| | | |
|----------------------------|--------------------|-----------------------|
| Fathah + yā' mati بينكم | ditulis ditulis | ai <i>bainakum</i> |
| Fathah + wāwu mati قول | ditulis ditulis | au <i>qaul</i> |

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

| | | |
|-------------------|---------|------------------------|
| أَنْتُمْ | Ditulis | <i>A'antum</i> |
| أَعْدَتُ | Ditulis | <i>U'iddat</i> |
| لِئِنْ شَكَرْتُمْ | Ditulis | <i>La'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah

| | | |
|------------|---------|------------------|
| الْقُرْآنُ | ditulis | <i>Al-Qur'an</i> |
| الْقِيَاسُ | ditulis | <i>Al-Qiyâs</i> |

2. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis menggandakan syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)nya.

| | | |
|------------|---------|------------------|
| السَّمَاءُ | ditulis | <i>As-Samâ'</i> |
| الشَّمْسُ | ditulis | <i>Asy-Syams</i> |

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut penulisannya

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذوى الفروض | ditulis | <i>Zawī al-furūd</i> |
| اهل السنة | ditulis | <i>Ahl as-sunnah</i> |

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

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

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan terdapat kemudahan.” (Al-Insyirah: 26)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya.” (Al-Baqarah: 286)

Kekuatan tidak datang dari kemenangan. Seberapa besar usaha kita untuk melewati kesulitan dan memutuskan untuk tidak menyerah, itulah kekuatan sebenarnya.

Manusia bijak adalah saat sukses bisa bersyukur, saat gagalpun tetap bersyukur. Karena sesungguhnya kekayaan dan kebahagiaan sejati ada di dalam rasa syukur.

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Al-Baqarah: 153)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Yang tercinta

Kedua Orang tuaku, ayahanda Mat Yusro dan Ibunda Mutmainah, terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang, perjuangan dan pengorbanannya untuk menjadikan aku hingga seperti yang sekarang ini.

Ketiga kakak kakakku yang telah memberi dorongan semangat serta motivasi dan doa

Sahabat-sahabatku

Beserta almamaterku Prodi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instant Berlabel Halal (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”**.

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi junjungan agung kita, Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta para pengikutnya, yang telah memberikan jalan kebenaran kepada kita semua. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapatkan syafaat-Nya, amin.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan terwujud secara baik tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari pihak lain. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. H. M. Yazid Affandi., M.Ag., selaku Ketua Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Ibu Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si, selaku Pembimbing II yang telah memberikan saran, arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini

5. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Ibunda Mutmainah atas segala jerih payah, keringat dan air matamu yang telah kau berikan. Entah akan kubalas dengan apa semuanya itu.
7. Ayahanda Mat Yusro, kau tetaplah merupakan ayah terbaik bagiku. Semoga aku bisa menghabiskan waktu berdua lagi denganmu.
8. Kakak kakaku tercinta: Abdul Khayi, Makmunah, Baehaki yang selalu menjadi teladanku dan selalu memberi dukungan luar biasa kepadaku, serta ketiga kakak iparku.
9. Teman-teman seperjuanganku Ulfa, Cahya, Fajar, Julida, Frida dan seluruh teman-teman KUI angkatan 2009, terima kasih atas masa-masa indah kuliah ini, semua akan menjadi kenangan yang menyenangkan untuk aku dan masa depanku kelak.
10. Teman KKN Angkatan 77, terima kasih atas kebersamaan yang singkat namun bermakna. Semoga bisa terjalin selamanya.
11. Pihak Biro AAKK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mengizinkan dan membantu pelaksanaan penelitian serta membantu dalam penyebaran kuesioner, terima kasih sudah sangat membantu penyusun.
12. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk penyusun, terima kasih atas kerjasamanya.
13. Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penyusun yang telah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi.

Semoga segala bantuan tersebut dapat menjadi amal baik yang diterima Allah SWT. semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penyusun dan bagi para pembaca. Amin.

Yogyakarta, Agustus 2016

Penyusun



Laela Nurrilliyin Nasythi
NIM. 09390044

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | vi |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | vii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | viii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... | ix |
| MOTTO | xiv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | xv |
| KATA PENGANTAR..... | xvi |
| DAFTAR ISI..... | xix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xxi |
| DAFTAR TABEL..... | xxii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxiii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------------|---|
| A. Latar belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Batasan Masalah. | 6 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 7 |
| E. Sistematika Pembahasan | 8 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Telaah Pustaka..... | 10 |
| B. Perilaku Konsumen | 18 |
| C. Perilaku Konsumen dalam Islam | 19 |
| D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 21 |
| 1. Faktor Budaya | 21 |
| 2. Faktor Sosial | 23 |
| 3. Faktor Pribadi | 25 |
| 4. Faktor Psikologi..... | 27 |
| E. Keputusan Pembelian | 30 |
| F. Kajian Syari'ah Tentang Keputusan Pembelian | 31 |
| G. Label Halal | 32 |
| H. Kajian Syari'ah Tentang Label Halal | 33 |
| I. Hipotesis | 35 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Jenis dan Sifat Penelitian | 38 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian | 38 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel | 38 |

| | |
|---|----|
| D. Teknik Pengumpulan dan Sumber Data | 40 |
| E. Definisi Operasional Variabel | 41 |
| F. Instrumen Penelitian | 45 |
| G. Teknis Analisis Data | 46 |
| 1. Uji Aumsi Klasik..... | 46 |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 47 |
| 3. Uji Hipotesis..... | 48 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Analisis Deskriptif | 52 |
| 1. Hasil Penyebaran Kuesioner | 52 |
| 2. Penyebaran Kuesioner | 52 |
| 3. Analisis Deskriptif | 52 |
| B. Uji Validitas Dan Reliabilitas..... | 55 |
| 1. Uji Validitas | 55 |
| 2. Uji Reliabilitas | 57 |
| C. Uji Asumsi Klasik | 57 |
| 1. Uji Multikolonieritas | 57 |
| 2. Uji Heteroskedastisitas | 58 |
| D. Uji Regresi Linier Berganda | 59 |
| E. Pengujian Hipotesis | 60 |
| 1. Uji F | 60 |
| 2. Uji t | 62 |
| 3. Koefisien Determinasi (R^2) | 64 |
| F. Pembahasan Hasil Penelitian | 65 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 72 |
| B. Saran | 73 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 74 |
|-----------------------------|-----------|

| | |
|-----------------------|----------|
| LAMPIRAN | I |
|-----------------------|----------|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Label Halal MUI | 2 |
| Gambar 3.2 Kerangka Teoritik | 34 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Telaah Pustaka | 10 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 41 |
| Tabel 3.2 Kisi-kisi Pertanyaan Kuesioner | 43 |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 52 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia | 53 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Fakultas | 53 |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Semester | 54 |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jumlah Kinsumsi Mie Instant dalam 1 Bulan ... | 55 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Independen dan Dependen | 56 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas | 57 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas | 58 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 59 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 60 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Anova | 61 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji t | 63 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 65 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------|--|-------|
| Lampiran 1 | Kuesioner | I |
| Lampiran 2 | Rekapitulasi Jawaban Responden..... | VII |
| Lampiran 3 | Karakteristik Responden..... | XII |
| Lampiran 4 | Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | XV |
| Lampiran 5 | Hasil Uji Asumsi Klasik | XVII |
| Lampiran 6 | Hasil Uji Regresi Berganda | XVIII |
| Lampiran 7 | Tabel R | XX |
| Lampiran 8 | Tabel F | XXI |
| Lampiran 9 | Tabel t | XXII |
| Lampiran 10 | Terjemahan Al-Qur'an | XXIII |
| Lampiran 11 | Daftar Riwayat Hidup..... | XXIV |
| Lampiran X | Surat Penelitian..... | XXV |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini bermaksud menverifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga banyak hal yang menyebabkan isu ini baik untuk diteliti. Berbagai penyebab diantaranya adalah tingkat perkembangan perkembangan produk makanan yang bervariasi, kesadaran masyarakat tentang kehalalan produk makanan, dan adanya fenomena labelisasi produk makanan halal oleh majelis ulama indonesia. Pembahasan pada bagian berikut akan mendeskripsikan isu-isu tersebut lebih mendalam.

Sebagaimana kenyataannya bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim maka agama Islam sangat berpengaruh terhadap kultur yang berkembang. Awal terbentuk kultur di tengah masyarakat salah satunya bersumber dari tuntunan agama. Termasuk pola konsumerisasi dikalangan masyarakat Indonesia sangat dipengaruhi oleh agama Islam.

Pola konsumerisasi mencakup banyak hal. Salah satunya adalah pola konsumsi masyarakat terhadap bahan makanan. Fenomena yang terjadi berkaitan dengan hal tersebut adalah masyarakat paham akan pentingnya konsumsi produk halal, namun tidak mempunyai landasan yang akurat untuk dijadikan acuan kehalalan suatu produk. Kebanyakan dari masyarakat mempercayai produk halal hanya dari ucapan penjual

atau logo halal yang dibuat oleh perusahaan produk makanan. Berikut adalah logo halal yang biasa dicantumkan oleh perusahaan produk makanan/minuman :



Gambar 1.1
Label Halal

Padahal kehalalan suatu produk yang dikonsumsi merupakan syarat mutlak bagi seorang Muslim seperti yang diatur oleh agama Islam, sebagaimana telah di jelaskan pada Al-Qur'an dan hadist. Berikut adalah anjuran mengonsumsi produk halal dan beberapa aturan mutlak dalam agama Islam yang terangkum dalam QS. Al-Baqarah [2]: 168

ياايهاالناس كلواممافي الارض

Di abad modern sekarang ini, banyak manusia yang dalam kehidupannya menginginkan sesuatu yang praktis dan mudah untuk dilaksanakan. Dalam hal ini yang paling utama adalah di bidang pangan, dimana mereka menginginkan suatu kemudahan dalam memperoleh dan mengolah makanan tersebut tanpa harus membuang waktu yang mereka miliki. Dengan adanya kejadian seperti ini produsen makanan selalu berlomba dan terus melakukan pengembangan produk makanan yang ada.

Produk mie instan sebagaimana diketahui adalah salah satu produk makanan cepat saji yang semakin lama semakin banyak digemari masyarakat karena kemudahan dalam hal penyajiannya. Dengan semakin banyaknya produk mie instan yang ada di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu, perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen produk tersebut untuk mengetahui pola pembeliannya. Lebih jauh lagi produsen dalam mendistribusikan produknya ke pasar konsumen berusaha agar produknya dapat diterima sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Produk mie instan di Indonesia berkembang pesat. Mie instan merupakan salah satu makanan terfavorit warga Indonesia. Bisa dipastikan hampir setiap orang telah mencicipi. Supermi dan Indomie adalah merk mie instant pertama di Indonesia. Merk mie instan lainnya yang terkenal antara lain Salam Mie, Mie Sedaap, Mie ABC, Gaga Mie, Alhamie. Produsen yang mendominasi produksi mie instan di Indonesia adalah Indofood Sukses Makmur.

Data World Instant Noodles Association (WINA) juga memberi konfirmasi bahwa konsumsi mie instan masyarakat Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Data ini dikeluarkan pada awal Mei 2016. Dengan jumlah masyarakat Indonesia, berdasarkan data worldometers.info, terhitung Mei 2016 mencapai lebih dari 260 juta orang. Maka dengan 13,2 miliar bungkus per tahun, setiap orang Indonesia rata-rata mengonsumsi 51 sajian mie instan setahun. Tingginya angka

konsumsi mie instan ini menempatkan Indonesia di posisi kedua sebagai negara pengonsumsi mie instan terbesar di dunia setelah Cina, yang konsumsinya mencapai 40,4 miliar bungkus (IDNtimes, 2016, paragraf 2).

Jogja sebagai kota pendidikan dan pariwisata menyerap mie instan terbanyak mencapai 25 persen dari total produk mie instan dan jumlah itu cenderung terus bertambah mengingat meningkatnya permintaan pasar. Dikatakan, tingkat konsumsi mie instan Jogja melebihi Solo, Purwokerto dan bahkan Semarang (Yulianto, 2014, paragraf 4).

Tahun 2016 adalah tahun di mana kebijakan MEA mulai diterapkan oleh pemerintah negara-negara ASEAN, termasuk Indonesia. Banyak komoditas negara-negara ASEAN dengan bebas masuk ke Indonesia termasuk mie instan. Produk mie instan tanpa label halal dan tanpa terjemahan komposisi dapat dijumpai dengan mudah di supermarket.

Di zaman yang modern seperti ini kebanyakan orang menghendaki semua hal yang praktis dan instan karena tuntutan pekerjaan maupun aktifitas lain. Karena begitu sibuknya dalam beraktivitas sehingga tidak punya waktu lagi untuk sekedar memasak, sehingga diputuskannya untuk mengonsumsi makanan-makanan "*fast food*" setiap hari contohnya mie instant. Bahkan mereka tidak memperhatikan bahaya dari makanan yang mereka makan. Apalagi anak-anak kost, dengan berbagai tugas dari dosen maupun laporan-laporan praktikum. Bahkan ada yang menjadikan mie instant sebagai makanan pokok mereka. Perkembangan ilmu dan teknologi pangan masa kini membuat manusia tidak tahu persis asal-usul bahan makanan yang dikonsumsinya. Hal ini dikarenakan komposisi yang sangat

kompleks atau banyaknya bahan tiruan yang dapat dibuat oleh manusia.. Dalam Al-Qur'an telah disebutkan bahwa pada dasarnya segala sesuatu itu halal kecuali yang disebutkan secara khusus dalam Al-Qur'an. Artinya yang halal itu sudah jelas dan yang haram itu juga sudah jelas. Tetapi bagaimana dengan perkembangan ilmu pangan yang membuat kita tidak tahu asal-usul bahan makanan. Dalam hukum agama islam apabila tidak tahu, maka hukumnya menjadi syubhat. Untuk sesuatu yang syubhat, maka kita harus mencari tahu tentang asal-usul bahan makanan atau perlu belajar tentang pengetahuan bahan makanan.

Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga merupakan masyarakat intelektual yang berbasis agama sehingga dapat memilih dan membedakan makanan yang halal dan makanan yang haram. Oleh karena itu, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga dianggap dapat mewakili sebagai konsumen produk mie instan berlabel halal.

Berbagai alasan yang telah disebutkan di atas, sangat menarik untuk menjadikan produk makanan berlabel halal sebagai objek penelitian ini, karena makanan yang halal adalah makanan yang dibolehkan memakannya menurut Ajaran Islam. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan pentingnya analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
4. Apakah faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, peneliti melakukan pembatasan masalah dengan tujuan dalam pembahasan selanjutnya tidak mengalami perluasan. Adapun batasan masalah tersebut adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan untuk produk mie instan berlabel halal, tidak termasuk produk berlabel halal lainnya.
2. Penelitian ini hanya dilakukan dengan populasi dan sample mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Penelitian ini menggunakan variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah:

- a. Menguji dan menjelaskan adanya pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- b. Menguji dan menjelaskan adanya pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- c. Menguji dan menjelaskan adanya pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- d. Menguji dan menjelaskan adanya pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan serta referensi bagi mahasiswa lainnya yang ingin melakukan penelitian yang sejenis

b. Bagi Pihak Praktisi

Bagi pihak praktisi (produsen) sebagai pihak yang berhubungan dengan konsumen, produk halal sebagai upaya peningkatan mutu, agar mengetahui pentingnya mendapatkan sertifikasi halal untuk produknya.

c. Bagi Pembaca

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi-informasi yang berguna mengenai pengaruh label kemasan pangan terhadap keputusan pembelian mie instan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis. Adapun penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I. Pendahuluan, Bab ini berisi pendahuluan yang didalamnya terdapat latar belakang masalah atau gambaran singkat yang disusun menurut struktur penalaran makro ke mikro. Rumusan masalah yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan, tujuan dan kegunaan penelitian berisi tentang tujuan dilakukannya penelitian, dan sistematika pembahasan penulisan berisi uraian logis yang bersifat sementara menyangkut hubungan antara urutan suatu bab pembahasan dengan bab lainnya dan antara sub bab pembahasan dengan sub bab lainnya.

BAB II. Landasan Teori, Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori dan pengembangan hipotesis. Dalam bab ini terdapat telaah pustaka berupa penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Dasar-dasar yang menunjang penelitian antara lain pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, pengertian label halal dan kajiannya dalam syari'ah Islam.

BAB III. Metode Penelitian, Bab ini berisikan tentang metode penelitian. Metode penelitian adalah suatu cara yang dilakukan peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Didalamnya terdapat jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, definisi operasional serta teknik analisis data.

BAB IV. Analisis Data dan Pembahasan, Bab ini berisi analisis data dan pembahasan, yang menjelaskan analisis bagaimana pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi melalui uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji R^2 . Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan hasil penelitian.

Bab V. Penutup, Bab ini berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dari analisis dari pembahasan bab-bab sebelumnya, serta saran-saran yang terkait dengan penelitian ini dan penelitian yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji simultan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mie instant berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel faktor budaya dan pribadi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan berlabel halal. Sedangkan variabel faktor sosial dan psikologi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan berlabel halal pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Berdasarkan hipotesis uji t_{hitung} faktor psikologi sebesar 6,660 dengan taraf signifikans 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa faktor psikologi adalah faktor dominan yang berpengaruh dimana faktor ini memiliki sub indikator motivasi, persepsi, pembelajaran dan kepercayaan dalam pembelian mie instan berlabel halal.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa dan masyarakat umum agar lebih teliti dan berhati-hati dalam melakukan pembelian produk makanan kemasan, selalu memperhatikan label halal yang resmi dari LPPOM MUI
2. Bagi pihak praktisi (produsen) sebagai pihak yang berhubungan dengan konsumen, produk halal sebagai upaya peningkatan mutu, agar mengetahui pentingnya mendapatkan sertifikasi halal untuk produknya.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan variabel independen lain yang diduga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan (faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi). Penggunaan variabel harga, kepercayaan, pelayanan, citra merk, promosi, dan lokasi pembelian, kemudian penggunaan objek dan populasi yang berbeda diharapkan memperkuat penelitian yang sudah ada agar informasi yang dibutuhkan mampu memberikan hasil yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

ALQURAN/TAFSIR ALQURAN

Departemen Agama RI. Al-quran dan Terjemahnya. Bandung. V Penerbit J-ART. 2005

BUKU

Arikunto, Suharsimi. (1996). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rieneka Cipta.

Djarwanto. (1993). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.

Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Ghazali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, edisi ke-3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1 dan 2.Edisi 12). Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Kellen, K.K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 Edisi 12)*. Jakarta: PT. Indeks

Lamb, Hair & McDaniel. (2001). *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.

Mowen, John, & Minor, M.. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi

Pamungkas, M.I. (2012). *Akhlaq Muslim Modern*. Bandung: Marja

Prayitno, Duwi. (2009). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Setiadi, Nugroho J.. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suharso, Puguh. (2010). *Model Analisis Kuantitatif “TEV”* . Jakarta: Indeks.

Suharyadi, dkk. (2009). *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba.

Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS

LEMBAGA

LP POM MUI. (2003). *Pedoman Untuk Memperoleh SERTIFIKAT HALAL*. Semarang.

JURNAL DAN SKRIPSI

Abdu, G.P.. (2013). *Analysis of Consumer Behavior Affecting Consumer Willingness to Buy in 7-Eleven Convenience Store*. Universal Journal of Management 1 (2). Faculty of Economics, President University, Indonesia.

Amalia, Firda. (2011). *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M – 150 Di Semarang*.

Darmawati, D., dkk. (2007). *Analisis Pengaruh Kebudayaan, Sosial, Kepribadian dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Shar'e*. Jurnal Performance: Vol 6 No. 1 (p. 16-32).

Haliana, Novel. (2009). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie*. Jurnal.

Iriani, Yani dan Maria Barokah. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Lpg 3kg (Studi Kasus Di Pt Graffi Ferdiani Gerrits Energi)*. Proceedin for Call Paper Pekan Ilmiah Dosen FEB-UKSW

Khanifah, Nur Tanti. (2015). *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologis terhaap Keputusan Pembelian Makanan dalam Kemasan Berlabel Halal*. Skripsi Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Nasrul, Arista Milka. (2014). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB 1912 Syariah Cabang Cibubur)*. Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Nasution, Rizki A. (2010). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek*

Sedaap Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Ekstensi Universitas Sumatera Utara. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.

- Puspitarini, Dian. (2013). *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi Pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 5 Yogyakarta).* Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rambe, Yuli Mutiah & Syaad Afifuddin. (2012). *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan).* Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. I No. 1, Universitas Al-Washliyah, Medan.
- Rofiqoh, Zuliana. (2012). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instant Indofood.* Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.
- Suroto, K.S., Fanani, Z., & Nugroho, B. A. (2012). *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Formula Anak (Balita) di Kota Malang.* Buana Sains Vol 12 No 2.
- Susanti, Yeni & Tri Gunarsih. (2008). *Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Faktor Sosial Dan Kontrol Keperilakuan Yang Dirasakan Terhadap Minat Pembelian Tiket Pesawat Secara Online.* National Conference on Management Research: Makassar.
- Urfana, Millatina & Beby Karina Fawzea Sembiring. (2012). *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 Sumatera Utara.
- Wigati, Sri. (2011). *Perlaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.* Jurnal IAIN Sunan Ampel Surabaya Vol. 01, No. 01
- Wulan P.N, Hastuti, & Burhan. (2013). *Pengaruh Label Halal pada Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim.* Seminar Nasional : Menggagas Kebangkitan Komoditas Unggulan Lokal Pertanian dan Kelautan Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura.

INTERNET

- Yulianto, Budi. (2014, Jul 15). *Yogyakarta Menyerap Produk Mie Instant Terbesar.* http://www.rri.co.id/yogyakarta/post/berita/91338/pangan/yogyakarta_menyerap_produk_mie_instant_terbesar.html.

_.(2016, Mei 2016). *Indonesia Konsumsi 13,2 Miliar Bungkus Mie Instan Per Tahun*. <http://www.pintarin.com/detail/indonesia-konsumsi-132-miliar-bungkus-mie-instan-per-tahun.html>.



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

**Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebelumnya peneliti sampaikan maaf karena telah mengganggu waktu Saudara/i. Saya Laela Nurrilliyin Nasythi (09390044), mahasiswa Program Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi data kuisisioner penelitian ini yang berjudul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Mie Instant Berlabel Halal**”. Mengingat kuisisioner ini digunakan untuk penelitian ilmiah (skripsi), peneliti berharap jawaban yang diberikan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuisisioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis.

Kesediaan waktu dan partisipasi Anda sangat berarti bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas kerjasamanya, semoga mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti,

Laela Nurrilliyin Nasythi

NIM. 09390044

KUESIONER PENELITIAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK MIE INSTANT BERLABEL HALAL
(STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA)

I. IDENTITAS
RESPONDEN

Nama :
Jenis kelamin :
Usia :
Fakultas :
Semester :

II. PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

1. Apakah Anda mengetahui label halal resmi dari MUI?



Jawab :

- | | |
|-------|----------|
| a. Ya | b. Tidak |
|-------|----------|
2. Frekuensi Anda membeli mie instant berlabel halal dalam 1 bulan terakhir:
- | | |
|-------------|-----------------------|
| a. 0-3 kali | c. 7-9 kali |
| b. 4-6 kali | d. Lebih dari 10 kali |

III. PETUNJUK PENGISIAN

Silakan jawab pertanyaan sesuai dengan pengalaman Anda sebagai konsumen dengan memberikan tanda checklist (√) pada kolom yang disediakan sesuai dengan penilaian Anda. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan jawaban yaitu:

- STS : Sangat Tidak Setuju skor 1
TS : Tidak Setuju skor 2
N : Netral skor 3
S : Setuju skor 4
SS : Sangat Setuju skor 5

| No. | Pernyataan | Kategori Jawaban | | | | |
|-----|---|------------------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| A. | Faktor Budaya (X1) | | | | | |
| 1. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena agama saya mengajarkan untuk mengonsumsi makanan halal. | | | | | |
| 2. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena lingkungan saya memiliki tingkat konsumsi makanan berlabel halal yang tinggi. | | | | | |
| 3. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena mencerminkan kelas sosial. | | | | | |
| 4. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena saya terbiasa mengonsumsi makanan yang terjamin kehalalannya. | | | | | |

| B. | Faktor Sosial (X2) | STS | TS | N | S | SS |
|-----------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena pengaruh orang terdekat. | | | | | |
| 2. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena pengaruh iklan dan media massa. | | | | | |
| 3. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena keluarga saya selalu mengkonsumsi makanan halal. | | | | | |
| 4. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena saya sebagai umat muslim wajib mengkonsumsi segala sesuatu yang halal. | | | | | |
| C. | Faktor Pribadi (X3) | STS | TS | N | S | SS |
| 1. | Usia mempengaruhi pola berfikir saya untuk selalu mengkonsumsi makanan berlabel halal, termasuk produk mie instant. | | | | | |
| 2. | Sebagai mahasiswa saya selalu memilih produk mie instant yang terjamin kehalalannya. | | | | | |
| 3. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena prinsip saya harus mengkonsumsi segala sesuatu yang benar-benar halal. | | | | | |
| 4. | Bagi saya mengkonsumsi makanan halal itu penting, supaya mendapat ridho Allah SWT. | | | | | |

| C. | Faktor Psikologi (X4) | STS | TS | N | S | SS |
|-----------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Label halal dari MUI memberikan motivasi bagi saya untuk membeli produk mie instan berlabel halal. | | | | | |
| 2. | produk mie instant berlabel halal lebih terjamin rasa dan kualitasnya dibandingkan mie instant tidak berlabel halal. | | | | | |
| 3. | Saya memilih produk mie instant berlabel halal karena saya mengetahui gambar “label halal” yang resmi dari LPPOM MUI. | | | | | |
| 4. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena saya yakin dengan adanya label halal itu menunjukkan bahwa mie instant tersebut benar-benar halal untuk dikonsumsi. | | | | | |

| E. | Keputusan Pembelian Produk (Y) | STS | TS | N | S | SS |
|-----------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| 1. | Kualitas, mutu dan jaminan halal adalah standart yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk mie instant. | | | | | |
| 2. | Saya membeli produk mie instant berlabel halal karena sudah mengetahui bahan yang digunakan aman dikonsumsi. | | | | | |
| 3. | Label halal dalam kemasan mie instant memberikan informasi tentang jaminan rasa aman dalam mengkonsumsinya. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 4. | Saya memilih produk mie instant berlabel halal karena kualitasnya sudah teruji. | | | | | |
| 5. | Kelengkapan atribut pada kemasan produk mie instant seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk. | | | | | |
| 6. | Saya memutuskan untuk membeli produk mie instant berlabel halal karena memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam. | | | | | |
| 7. | Saya akan merekomendasikan produk mie instant berlabel halal kepada teman saya. | | | | | |
| 8. | Saya akan membeli kembali produk mie instant berlabel halal. | | | | | |

Lampiran 2 : REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

| No | Faktor Budaya (X1) | | | | | Faktor Sosial (X2) | | | | | Faktor Pribadi (X3) | | | | | Faktor Psikologi (X4) | | | | | Keputusan Pembelian (Y) | | | | | | | | |
|----|--------------------|-----|-----|-----|-----|--------------------|-----|-----|-----|-----|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | x1a | x1b | x1c | x1d | ΣX1 | x2a | x2b | x2c | x2d | ΣX2 | x3a | x3b | x3c | x3d | ΣX3 | x4a | x4b | x4c | x4d | ΣX4 | ya | yb | yc | yd | ye | yf | yg | yh | ΣX |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 30 |
| 6 | 5 | 4 | 2 | 4 | 15 | 2 | 2 | 4 | 5 | 13 | 2 | 5 | 5 | 4 | 16 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 7 | 5 | 5 | 1 | 5 | 16 | 1 | 1 | 5 | 5 | 12 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 8 | 5 | 5 | 2 | 5 | 17 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 9 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 2 | 5 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 10 | 5 | 4 | 3 | 3 | 15 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| 11 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 3 | 2 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 2 | 3 | 4 | 13 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 25 |
| 12 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 13 | 5 | 5 | 2 | 5 | 17 | 1 | 3 | 5 | 5 | 14 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 14 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 3 | 1 | 3 | 10 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 15 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 16 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 17 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 34 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 19 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 2 | 2 | 4 | 5 | 13 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 30 |
| 21 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 3 | 3 | 3 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 3 | 3 | 5 | 16 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 33 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 22 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 23 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 | 3 | 2 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 2 | 3 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 25 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 1 | 1 | 4 | 5 | 11 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 26 | 4 | 4 | 2 | 2 | 12 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 | 4 | 2 | 3 | 2 | 11 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 22 |
| 27 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 28 | 5 | 4 | 2 | 5 | 16 | 3 | 1 | 5 | 5 | 14 | 2 | 5 | 5 | 5 | 17 | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 30 | 5 | 5 | 3 | 4 | 17 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 | 2 | 3 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 31 | 4 | 4 | 2 | 5 | 15 | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 32 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 2 | 3 | 4 | 3 | 12 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 33 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 1 | 2 | 4 | 4 | 11 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 34 | 5 | 3 | 2 | 4 | 14 | 2 | 2 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 1 | 3 | 3 | 10 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 35 | 5 | 2 | 2 | 5 | 14 | 2 | 2 | 3 | 5 | 12 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 36 | 5 | 2 | 2 | 4 | 13 | 2 | 3 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 39 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 33 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 41 | 5 | 5 | 2 | 5 | 17 | 3 | 2 | 1 | 5 | 11 | 1 | 4 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 42 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 1 | 1 | 1 | 5 | 8 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 1 | 3 | 30 |
| 43 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 44 | 5 | 5 | 1 | 5 | 16 | 3 | 2 | 3 | 5 | 13 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 1 | 4 | 5 | 14 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 45 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 | 2 | 4 | 3 | 5 | 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 46 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7 | 1 | 2 | 1 | 2 | 6 | 2 | 1 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 21 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 47 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 48 | 5 | 5 | 1 | 5 | 16 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 33 |
| 49 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 1 | 1 | 1 | 5 | 8 | 3 | 1 | 5 | 5 | 14 | 4 | 2 | 4 | 3 | 13 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 27 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 1 | 2 | 2 | 5 | 10 | 1 | 1 | 5 | 5 | 12 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 51 | 5 | 5 | 2 | 5 | 17 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 32 |
| 52 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 53 | 4 | 4 | 1 | 3 | 12 | 1 | 1 | 4 | 4 | 10 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 28 |
| 54 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 55 | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | 2 | 3 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28 |
| 56 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 57 | 5 | 5 | 3 | 4 | 17 | 4 | 2 | 4 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 58 | 5 | 5 | 1 | 5 | 16 | 1 | 1 | 5 | 5 | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 59 | 5 | 5 | 2 | 5 | 17 | 3 | 2 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 33 |
| 60 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 32 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 37 |
| 62 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 25 |
| 63 | 4 | 3 | 3 | 2 | 12 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 25 |
| 64 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 2 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 66 | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 2 | 5 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 68 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 25 |
| 69 | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 20 |
| 70 | 4 | 3 | 2 | 5 | 14 | 1 | 1 | 5 | 5 | 12 | 2 | 3 | 4 | 5 | 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 31 |
| 71 | 5 | 2 | 4 | 2 | 13 | 2 | 3 | 2 | 1 | 8 | 2 | 2 | 3 | 5 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 21 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 72 | 4 | 5 | 2 | 5 | 16 | 1 | 1 | 4 | 4 | 10 | 2 | 4 | 5 | 5 | 16 | 3 | 1 | 4 | 3 | 11 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 73 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 74 | 4 | 3 | 1 | 1 | 9 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 1 | 4 | 4 | 1 | 10 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 75 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 23 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 77 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 2 | 2 | 4 | 5 | 13 | 2 | 4 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 78 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 5 | 3 | 3 | 5 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 80 | 5 | 4 | 2 | 4 | 15 | 3 | 2 | 4 | 5 | 14 | 2 | 3 | 4 | 5 | 14 | 4 | 2 | 3 | 4 | 13 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 28 |
| 81 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 82 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 32 |
| 83 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 1 | 3 | 5 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 3 | 5 | 3 | 14 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 25 |
| 84 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 32 |
| 85 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 86 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 87 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 88 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 89 | 4 | 2 | 2 | 5 | 13 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 90 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 2 | 1 | 5 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 91 | 4 | 3 | 3 | 5 | 15 | 2 | 3 | 5 | 4 | 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 92 | 3 | 3 | 2 | 4 | 12 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 23 |
| 93 | 4 | 3 | 3 | 5 | 15 | 2 | 2 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 94 | 4 | 4 | 2 | 5 | 15 | 3 | 2 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 34 |
| 95 | 5 | 5 | 1 | 5 | 16 | 1 | 4 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 96 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 32 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 97 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 3 | 4 | 3 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 98 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 4 | 3 | 1 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 29 |
| 99 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 30 |
| 100 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 2 | 5 | 2 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |



Lampiran 3

Identitas Responden

| No | Nama | Usia | Gender | Fakultas | Semester | Frekuensi |
|----|------|------|--------|--------------------------------|----------|--------------------|
| 1 | NW | 20 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 4 | 4-6 kali |
| 2 | MNR | 20 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 4 | 4-6 kali |
| 3 | GRD | 19 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 4 | 4-6 kali |
| 4 | DRS | 19 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 4-6 kali |
| 5 | RRF | 19 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 4-6 kali |
| 6 | TN | 21 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 8 | 1-3 kali |
| 7 | AC | 19 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | Lebih dari 10 kali |
| 8 | NZ | 19 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 1-3 kali |
| 9 | YLD | 18 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 4-6 kali |
| 10 | EA | 20 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 4-6 kali |
| 11 | ALK | 18 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | Lebih dari 10 kali |
| 12 | RNW | 19 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 4-6 kali |
| 13 | INA | 19 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 1-3 kali |
| 14 | NJ | 19 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 4-6 kali |
| 15 | U | 21 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 8 | 1-3 kali |
| 16 | JL | 21 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 8 | 1-3 kali |
| 17 | INA | 18 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 7-9 kali |
| 18 | AA | 21 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 8 | 7-9 kali |
| 19 | ARN | 19 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 4-6 kali |
| 20 | NF | 21 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 8 | 1-3 kali |
| 21 | KR | 19 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 1-3 kali |
| 22 | IF | 18 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | 7-9 kali |
| 23 | RT | 19 | P | Sains dan Teknologi | 2 | 4-6 kali |
| 24 | SIR | 20 | P | Sains dan Teknologi | 6 | 4-6 kali |
| 25 | INL | 20 | P | Sains dan Teknologi | 6 | 7-9 kali |
| 26 | NL | 21 | P | Sains dan Teknologi | 6 | 1-3 kali |
| 27 | LS | 20 | L | Adab dan Ilmu Budaya | 6 | 4-6 kali |
| 28 | NM | 20 | P | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 6 | 1-3 kali |
| 29 | KNA | 20 | P | Sains dan Teknologi | 6 | 4-6 kali |
| 30 | SB | 19 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 4 | 4-6 kali |
| 31 | AW | 19 | L | Syari'ah dan Hukum | 2 | 4-6 kali |
| 32 | ZN | 19 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 1-3 kali |
| 33 | MR | 21 | L | Dakwah dan Komunikasi | 4 | 4-6 kali |
| 34 | WL | 18 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 2 | 7-9 kali |
| 35 | IWA | 20 | P | Syari'ah dan Hukum | 6 | 4-6 kali |
| 36 | NS | 20 | P | Adab dan Ilmu Budaya | 6 | 4-6 kali |

| | | | | | | |
|----|-----|----|---|--------------------------------|---|--------------------|
| 37 | NB | 22 | L | Syari'ah dan Hukum | 8 | 1-3 kali |
| 38 | FA | 21 | L | Sains dan Teknologi | 6 | 7-9 kali |
| 39 | NI | 20 | P | Syari'ah dan Hukum | 6 | 7-9 kali |
| 40 | PW | 20 | P | Sains dan Teknologi | 6 | 1-3 kali |
| 41 | FT | 21 | P | Dakwah dan Komunikasi | 6 | 1-3 kali |
| 42 | AS | 21 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 6 | 7-9 kali |
| 43 | AD | 21 | P | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 6 | 1-3 kali |
| 44 | IIF | 21 | P | Ilmu Sosial dan Humaniora | 6 | 7-9 kali |
| 45 | NA | 21 | P | Ilmu Sosial dan Humaniora | 8 | 1-3 kali |
| 46 | ZB | 22 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 6 | 7-9 kali |
| 47 | ALM | 21 | P | Syari'ah dan Hukum | 6 | 7-9 kali |
| 48 | DA | 20 | P | Dakwah dan Komunikasi | 4 | 1-3 kali |
| 49 | MBA | 20 | L | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 6 | 1-3 kali |
| 50 | NUR | 20 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 2 | 4-6 kali |
| 51 | FHA | 21 | L | Ekonomi dan Bisnis Islam | 8 | 1-3 kali |
| 52 | NZ | 20 | P | Sains dan Teknologi | 6 | 1-3 kali |
| 53 | KS | 21 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 8 | 4-6 kali |
| 54 | YNK | 21 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 4 | 1-3 kali |
| 55 | SR | 18 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 4-6 kali |
| 56 | ANA | 18 | L | Adab dan Ilmu Budaya | 2 | 1-3 kali |
| 57 | AC | 20 | L | Syari'ah dan Hukum | 4 | 4-6 kali |
| 58 | AND | 19 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 4 | 7-9 kali |
| 59 | NDM | 21 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 4 | 1-3 kali |
| 60 | SI | 23 | P | Sains dan Teknologi | 8 | 4-6 kali |
| 61 | PP | 20 | P | Sains dan Teknologi | 6 | 4-6 kali |
| 62 | FK | 22 | P | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 6 | 1-3 kali |
| 63 | HB | 21 | P | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 6 | 1-3 kali |
| 64 | TA | 21 | L | Dakwah dan Komunikasi | 6 | 4-6 kali |
| 65 | AEP | 21 | L | Dakwah dan Komunikasi | 6 | 7-9 kali |
| 66 | NF | 21 | P | Syari'ah dan Hukum | 6 | 4-6 kali |
| 67 | FAS | 21 | L | Syari'ah dan Hukum | 6 | 7-9 kali |
| 68 | NS | 20 | P | Adab dan Ilmu Budaya | 6 | 1-3 kali |
| 69 | AF | 23 | L | Syari'ah dan Hukum | 6 | 1-3 kali |
| 70 | LK | 22 | P | Ilmu Sosial dan Humaniora | 6 | 7-9 kali |
| 71 | NI | 21 | P | Adab dan Ilmu Budaya | 6 | 7-9 kali |
| 72 | MM | 21 | P | Syari'ah dan Hukum | 6 | 1-3 kali |
| 73 | ALD | 23 | L | Sains dan Teknologi | 8 | 1-3 kali |
| 74 | SY | 20 | P | Syari'ah dan Hukum | 6 | 1-3 kali |
| 75 | EK | 21 | L | Dakwah dan Komunikasi | 6 | 4-6 kali |
| 76 | UN | 19 | P | Ilmu Sosial dan Humaniora | 2 | Lebih dari 10 kali |
| 77 | UM | 19 | L | Syari'ah dan Hukum | 2 | 4-6 kali |

| | | | | | | |
|-----|------|----|---|--------------------------------|---|--------------------|
| 78 | RZ | 19 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 4-6 kali |
| 79 | NRE | 18 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 2 | 4-6 kali |
| 80 | SLQ | 24 | P | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 7-9 kali |
| 81 | AQ | 22 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 1-3 kali |
| 82 | M | 24 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 4-6 kali |
| 83 | HK | 24 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 4-6 kali |
| 84 | SM | 20 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 2 | 4-6 kali |
| 85 | UH | 20 | P | Ilmu Tarbiyah dan Keguruan | 2 | 4-6 kali |
| 86 | SUS | 21 | P | Ekonomi dan Bisnis Islam | 2 | Lebih dari 10 kali |
| 87 | KN | 19 | L | Sains dan Teknologi | 2 | Lebih dari 10 kali |
| 88 | SW | 26 | P | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 7-9 kali |
| 89 | ARH | 25 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 1-3 kali |
| 90 | PAR | 24 | P | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 1-3 kali |
| 91 | SYH | 23 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 1-3 kali |
| 92 | IMR | 29 | L | Ushuluddin dan Pemikiran Islam | 2 | 4-6 kali |
| 93 | MSY | 19 | L | Adab dan Ilmu Budaya | 2 | 1-3 kali |
| 94 | IKP | 21 | P | Adab dan Ilmu Budaya | 6 | 4-6 kali |
| 95 | IKA | 20 | P | Dakwah dan Komunikasi | 6 | 4-6 kali |
| 96 | SDA | 22 | P | Sains dan Teknologi | 8 | 7-9 kali |
| 97 | HS | 22 | L | Sains dan Teknologi | 6 | 4-6 kali |
| 98 | TUTM | 20 | P | Dakwah dan Komunikasi | 6 | 1-3 kali |
| 99 | HAI | 21 | L | Sains dan Teknologi | 6 | 7-9 kali |
| 100 | VT | 20 | P | Dakwah dan Komunikasi | 6 | 1-3 kali |



Lampiran 4

UJI RELIABILITAS DAN VALIDITAS

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 100 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 100 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .916 | 24 |

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

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|------------|------|----------------|-----|
| Budaya1 | 4.51 | .745 | 100 |
| Budaya2 | 3.97 | .926 | 100 |
| Budaya3 | 2.93 | 1.112 | 100 |
| Budaya4 | 4.32 | .863 | 100 |
| Sosial1 | 2.56 | 1.018 | 100 |
| Sosial2 | 2.81 | 1.107 | 100 |
| Sosial3 | 3.95 | 1.149 | 100 |
| Sosial4 | 4.45 | .869 | 100 |
| Pribadi1 | 3.60 | 1.054 | 100 |
| Pribadi2 | 4.17 | .888 | 100 |
| Pribadi3 | 4.45 | .730 | 100 |
| Pribadi4 | 4.57 | .769 | 100 |
| Psikologi1 | 3.86 | .865 | 100 |
| Psikologi2 | 3.44 | 1.018 | 100 |
| Psikologi3 | 3.88 | .879 | 100 |
| Psikologi4 | 3.94 | .897 | 100 |
| Keputusan1 | 4.16 | .721 | 100 |
| Keputusan2 | 3.69 | .849 | 100 |
| Keputusan3 | 3.61 | .952 | 100 |
| Keputusan4 | 3.74 | .799 | 100 |
| Keputusan5 | 3.98 | .765 | 100 |
| Keputusan6 | 4.07 | .795 | 100 |
| Keputusan7 | 3.57 | .902 | 100 |
| Keputusan8 | 3.96 | .840 | 100 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------------|----------------------------------|--------------------------------------|--|--|
| Budaya1 | 87.68 | 150.523 | .504 | .913 |
| Budaya2 | 88.22 | 148.295 | .494 | .913 |
| Budaya3 | 89.26 | 150.497 | .314 | .918 |
| Budaya4 | 87.87 | 147.266 | .586 | .911 |
| Sosial1 | 89.63 | 150.296 | .359 | .916 |
| Sosial2 | 89.38 | 149.652 | .348 | .917 |
| Sosial3 | 88.24 | 145.962 | .469 | .914 |
| Sosial4 | 87.74 | 146.800 | .605 | .911 |
| Pribadi1 | 88.59 | 148.123 | .431 | .915 |
| Pribadi2 | 88.02 | 146.141 | .622 | .911 |
| Pribadi3 | 87.74 | 148.275 | .646 | .911 |
| Pribadi4 | 87.62 | 150.541 | .486 | .913 |
| Psikologi1 | 88.33 | 145.900 | .653 | .910 |
| Psikologi2 | 88.75 | 144.270 | .613 | .911 |
| Psikologi3 | 88.31 | 145.226 | .675 | .910 |
| Psikologi4 | 88.25 | 144.371 | .702 | .909 |
| Keputusan1 | 88.03 | 149.302 | .595 | .912 |
| Keputusan2 | 88.50 | 151.020 | .410 | .914 |
| Keputusan3 | 88.58 | 146.165 | .574 | .911 |
| Keputusan4 | 88.45 | 147.604 | .621 | .911 |
| Keputusan5 | 88.21 | 148.309 | .612 | .911 |
| Keputusan6 | 88.12 | 146.167 | .703 | .909 |
| Keputusan7 | 88.62 | 146.581 | .591 | .911 |
| Keputusan8 | 88.23 | 148.886 | .522 | .912 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|-------------------|---------------|
| 92.19 | 160.297 | 12.661 | 24 |

Lampiran 5

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 8.004 | 2.070 | | 3.867 | .000 | | |
| | Budaya_tot | .167 | .130 | .098 | 1.291 | .200 | .662 | 1.510 |
| | Sosial_tot | .320 | .127 | .195 | 2.524 | .013 | .633 | 1.580 |
| | Pribadi_tot | .173 | .154 | .097 | 1.123 | .264 | .512 | 1.953 |
| | Psikologi_tot | .848 | .127 | .553 | 6.660 | .000 | .548 | 1.824 |

a. Dependent Variable: Keputusan_tot

2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,454 | 1,155 | | 2,124 | ,036 |
| | Budaya_tot | ,044 | ,072 | ,076 | ,604 | ,547 |
| | Sosial_tot | -,006 | ,071 | -,011 | -,082 | ,935 |
| | Pribadi_tot | -,071 | ,086 | -,117 | -,818 | ,415 |
| | Psikologi_tot | ,026 | ,071 | ,050 | ,360 | ,720 |

a. Dependent Variable: AbsUt

Lampiran 6

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

1. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1331.222 | 4 | 332.806 | 42.272 | .000 ^b |
| | Residual | 747.938 | 95 | 7.873 | | |
| | Total | 2079.160 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan_tot

b. Predictors: (Constant), Psikologi_tot, Sosial_tot, Budaya_tot, Pribadi_tot

2. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 8.004 | 2.070 | | 3.867 | .000 | | |
| | Budaya_tot | .167 | .130 | .098 | 1.291 | .200 | .662 | 1.510 |
| | Sosial_tot | .320 | .127 | .195 | 2.524 | .013 | .633 | 1.580 |
| | Pribadi_tot | .173 | .154 | .097 | 1.123 | .264 | .512 | 1.953 |
| | Psikologi_tot | .848 | .127 | .553 | 6.660 | .000 | .548 | 1.824 |

a. Dependent Variable: Keputusan_tot

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|---------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | .800 ^a | .640 | .625 | 2,80589 | .640 | 42,272 | 4 | 95 | .000 | 2,123 |

a. Predictors: (Constant), Psikologi_tot, Sosial_tot, Budaya_tot, Pribadi_tot

b. Dependent Variable: Keputusan_tot

Lampiran 7

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 |
| 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 | 0,2731 | 0,3449 |
| 87 | 0,1755 | 0,2084 | 0,2464 | 0,2717 | 0,430 |
| 88 | 0,1745 | 0,2072 | 0,2449 | 0,2702 | 0,3412 |
| 89 | 0,1735 | 0,2061 | 0,2435 | 0,2687 | 0,3393 |
| 90 | 0,1726 | 0,2050 | 0,2422 | 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 8

TABEL F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | |
|------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 80 | 3,96 | 3,11 | 2,72 | 2,49 | 2,33 | 2,21 |
| 81 | 3,96 | 3,11 | 2,72 | 2,48 | 2,33 | 2,21 |
| 82 | 3,96 | 3,11 | 2,72 | 2,48 | 2,33 | 2,21 |
| 83 | 3,96 | 3,11 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 84 | 3,95 | 3,11 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 85 | 3,95 | 3,10 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 86 | 3,95 | 3,10 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 87 | 3,95 | 3,10 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 88 | 3,95 | 3,10 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 89 | 3,95 | 3,10 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 91 | 3,95 | 3,10 | 2,71 | 2,48 | 2,32 | 2,21 |
| 91 | 3,95 | 3,10 | 2,70 | 2,47 | 2,31 | 2,20 |
| 92 | 3,94 | 3,10 | 2,70 | 2,47 | 2,31 | 2,20 |
| 93 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,47 | 2,31 | 2,20 |
| 94 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,47 | 2,31 | 2,20 |
| 95 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,47 | 2,31 | 2,20 |
| 96 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,47 | 2,31 | 2,19 |
| 97 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,47 | 2,31 | 2,19 |
| 98 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,46 | 2,31 | 2,19 |
| 99 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,46 | 2,31 | 2,19 |
| 100 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,46 | 2,31 | 2,19 |

Lampiran 9

TABEL T

| Pr df | 0,25 0,50 | 0,10 0,20 | 0,05 0,10 | 0,025 0,05 | 0,01 0,02 | 0,005 0,01 | 0,001 0,002 |
|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| 1 | 1.000 | 3.078 | 6.314 | 12.71 | 31.82 | 63.66 | 318.31 |
| 2 | 0.816 | 1.886 | 2.920 | 4.303 | 6.965 | 9.925 | 22.327 |
| 3 | 0.765 | 1.638 | 2.353 | 3.182 | 4.541 | 5.841 | 10.215 |
| 4 | 0.741 | 1.533 | 2.132 | 2.776 | 3.747 | 4.604 | 7.173 |
| 5 | 0.727 | 1.476 | 2.015 | 2.571 | 3.365 | 4.032 | 5.893 |
| 6 | 0.718 | 1.440 | 1.943 | 2.447 | 3.143 | 3.707 | 5.208 |
| 7 | 0.711 | 1.415 | 1.895 | 2.365 | 2.998 | 3.499 | 4.785 |
| 8 | 0.706 | 1.397 | 1.860 | 2.306 | 2.896 | 3.355 | 4.501 |
| 9 | 0.703 | 1.383 | 1.833 | 2.262 | 2.821 | 3.250 | 4.297 |
| 10 | 0.700 | 1.372 | 1.812 | 2.228 | 2.764 | 3.169 | 4.144 |
| 11 | 0.697 | 1.363 | 1.796 | 2.201 | 2.718 | 3.106 | 4.025 |
| 12 | 0.695 | 1.356 | 1.782 | 2.179 | 2.681 | 3.055 | 3.930 |
| 13 | 0.694 | 1.350 | 1.771 | 2.160 | 2.650 | 3.012 | 3.852 |
| 14 | 0.692 | 1.345 | 1.761 | 2.145 | 2.624 | 2.977 | 3.787 |
| 15 | 0.691 | 1.341 | 1.753 | 2.131 | 2.602 | 2.947 | 3.733 |
| 16 | 0.690 | 1.337 | 1.746 | 2.120 | 2.583 | 2.921 | 3.686 |
| 17 | 0.689 | 1.333 | 1.740 | 2.110 | 2.567 | 2.898 | 3.646 |
| 18 | 0.688 | 1.330 | 1.734 | 2.101 | 2.552 | 2.878 | 3.610 |
| 19 | 0.688 | 1.328 | 1.729 | 2.093 | 2.539 | 2.861 | 3.579 |
| 20 | 0.687 | 1.325 | 1.725 | 2.086 | 2.528 | 2.845 | 3.552 |
| 30 | 0.683 | 1.310 | 1.697 | 2.042 | 2.457 | 2.750 | 3.385 |
| 40 | 0.681 | 1.303 | 1.684 | 2.021 | 2.423 | 2.704 | 3.307 |
| 60 | 0.679 | 1.296 | 1.671 | 2.000 | 2.390 | 2.660 | 3.232 |
| 80 | 0.687 | 1.292 | 1.664 | 1.990 | 2.374 | 2.639 | 3.195 |
| 95 | 0.677 | 1.290 | 1.661 | 1.985 | 2.366 | 2.628 | 3.188 |
| 96 | 0.677 | 1.290 | 1.660 | 1.984 | 2.365 | 2.628 | 3.187 |
| 97 | 0.677 | 1.290 | 1.660 | 1.984 | 2.365 | 2.627 | 3.186 |
| 100 | 0.677 | 1.290 | 1.660 | 1.984 | 2.364 | 2.626 | 3.174 |
| 1000 | 0.675 | 1.282 | 1.646 | 1.962 | 2.330 | 2.581 | 3.098 |

Lampiran 10

Terjemah Al-Qur'an

| No | Hlm | Terjemahan |
|----|-----|--|
| 1 | 2 | Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi. |
| 2 | 20 | Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha pengampun lagi Maha Penyayang. |
| 3 | 21 | Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan, sesungguhnya Allah tidak menyukai yang berlebih-lebihan. |
| 4 | 21 | Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, bagi orang-orang yang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram, dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan. |
| 5 | 24 | Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabnya. |
| 6 | 27 | Sesungguhnya kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya |
| 7 | 31 | Katakanlah: tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang yang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan. |
| 8 | 34 | Maka makanlah yang halal lagi baik dari rizki yang telah diberikan Allah kepadamu. |

Lampiran 11

CURRICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

Nama : Laela Nurilliyin Nasythi
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 13 Desember 1991
Nama Ayah : Mat Yusro
Nama Ibu : Mutmainah
Alamat Rumah : Jurang RT 04/03,
Bandongan, Magelang
E-mail : laela132@gmail.com
No. HP : 085747526342



B. Riwayat Pendidikan

| Jenjang | Nama Sekolah | Tahun |
|------------|------------------------|-----------|
| TK | TK Aisyiah Bandongan | 1994-1996 |
| SD | SD Negeri 1 Bandongan | 1996-2002 |
| SMP | SMP Negeri 1 Bandongan | 2002-2005 |
| SMA | SMA Negeri 1 Bandongan | 2005-2008 |
| S1 | UIN Sunan Kalijaga | 2009-2016 |



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA

Alamat: Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512474, 589621 Fax. (0274) 586117
<http://www.uin-suka.ac.id> Yogyakarta 55281

SURAT KETERANGAN

Nomor : 3666 /Un.02/BA/TL.00/08/2016

Berdasarkan Laporan Hasil Penelitian an. Laela Nurrilliyyin Nasythi dan Surat Izin Penelitian yang diterbitkan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Nomor: B-2456/Un.02/BA/TL00/06/2016 tanggal 9 Juni 2016, dengan ini Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menerangkan bahwa:

Nama : LAELA NURRILLIYYIN NASYTHI
NIM : 09390044
Program Studi : Keuangan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah selesai melakukan kegiatan penelitian di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul penelitian "**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN BERLABEL HALAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)**".

Demikian surat ini diterbitkan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2016

a.n. Rektor
Kepala Biro AAKK



Tembusan :

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (sebagai laporan);
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Ketua LP2M UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
4. Yang bersangkutan.