

**PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN KEMASAN
BERLABEL HALAL**

(Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:

Fatkhu Rohmah

11404241033

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2015

PERSETUJUAN

**PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN KEMASAN
BERLABEL HALAL
(STUDI PADA SANTRI MAHASISWA PONDOK PESANTREN AL
BAROKAH)**

SKRIPSI

Oleh:

FATKHUROHMAH

11404241033

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan dan dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.



PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL (STUDI PADA SANTRI MAHASISWA PONDOK PESANTREN AL BAROKAH)

Oleh:

FATKHUROHMAH

NIM. 11404241033

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji Tugas Akhir Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 14 Juli 2015 dan dinyatakan lulus.

Nama	Tim Pengaji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Losina Purnastuti, Ph.D.	Ketua Pengaji	23 - 07 - 2015
Sri Sumardiningsih, M.Si.	Sekretaris Pengaji	23 - 07 - 2015
Maimun sholeh, M.Si.	Pengaji Utama	23 - 07 - 2015

Yogyakarta, 23 Juli 2015

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fatkhurohmah
NIM : 11404241033
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah).

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan oleh orang lain, kecuali pada bagian tertentu saya ambil sebagai acuan. Apabila ternyata terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 10 Juni 2015

Penulis



Fatkhuromah

NIM. 11404241033

MOTTO

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيْبًا وَاشْكُرُوا بِعِمَّتِ اللَّهِ إِنْ

كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ 

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Alloh kepadamu; dan syukurilah nikmat Alloh, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.”

(QS. An-Nahl: 114)

”Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.”

(Thomas Alva Edison)

“Jangan pernah takut bermimpi selama masih berusaha diimbangi doa.”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecil ini kepada :

Rama dan Biyung tercinta yang selalu mendoakanku dari kampung
nan jauh sana.

Semua guru yang telah mendidik kearah yang lebih baik, wabil
khusus Abah KH Rosyim Al Fatih, Lc beserta keluarga.

Adik tersayang “Muinnatul Khoeriyah” semoga kau kelak jadi orang
yang sukses.

Keluarga besar santri Pondok Pesantren Al Barokah.

Teman-teeman seperjuangan Pendidikan Ekonomi 2011 yang selama
ini telah bersama berjuang dalam suka dan duka.

Seseorang yang tak pernah lelah memberiku motivasi
Seseorang yang tak berhenti menyertakan namaku dalam doanya
Seseorang yang telah mengajariku untuk lebih dewasa
(Risky Cahya Pratama)

**PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN KEMASAN
BERLABEL HALAL (STUDI PADA SANTRI MAHASISWA PONDOK
PESANTREN AL BAROKAH)**

Oleh:
Fatkhurohmah
NIM. 11404241033

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. (2) Pengaruh faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. (3) Pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Penelitian ini merupakan penelitian assosiatif kausal yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah sebanyak 170 santri. Pengambilan sampel sebanyak 122 santri dengan teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda yang sebelumnya dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas dan uji homosedastisitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) pemahaman label halal berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal dibuktikan dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,056, nilai t_{hitung} sebesar 2,334 pada signifikansi 0,021; 2) faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal dibuktikan dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,434, nilai t_{hitung} sebesar 5,208 pada signifikansi 0,000; serta 3) pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal, dibuktikan dengan nilai R yang positif sebesar 0,484, R^2 0,234, dan nilai F_{hitung} sebesar 18,156 pada signifikansi 0,000. Sumbangan efektif variabel pemahaman label halal sebesar 4,6% dan faktor sosial sebesar 18,8% terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Sumbangan relatif pemahaman label halal sebesar 19,6% dan faktor sosial sebesar 80,4% terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Dengan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh lebih besar terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal dibandingkan dengan variabel pemahaman label halal.

Kata kunci: Pemahaman Label Halal, Faktor Sosial, Niat Membeli

THE INFLUENCE OF UNDERSTANDING HALAL LABEL AND SOCIAL FACTORS OF INTENTION TO BUY PACKAGED FOOD PRODUCT LABELED AS HALAL (STUDY IN SANTRI STUDENTS OF AL BAROKAH ISLAMIC BOARDING SCHOOL)

By:
Fatkhurohmah
NIM. 11404241033

ABSTRACT

This study aims to determine (1) the influence of understanding halal label of the intention to buy packaged foods labeled halal. (2) The influence of social factors on the intention to buy packaged foods labeled halal. (3) Effect of halal label comprehension and social factors on the intention to buy packaged foods labeled halal.

This was a causal associative study employing the quantitative approach. The research population comprised all students of Pondok Pesantren Al Barokah with a total of 170 students. The sample, consisting of 122 students, was selected by means of the simple random sampling technique. The data were collected through a questionnaire. They were analyzed using multiple linear regression; prior to the analysis, assumption tests, namely tests of normality, linearity, multicollinearity, and homoscedasticity, were conducted.

The results of the study are as follows. 1) The understanding of the halal label significantly affects the intention to buy packaged foods labeled halal, indicated by a positive regression coefficient of 0.056 and $t_{observed} = 2.334$ at a significance of 0.021. 2) Social factors significantly affect the intention to buy packaged foods labeled halal, indicated by a positive regression coefficient of 0.434 and $t_{observed} = 5.208$ at a significance of 0.000. 3) Simultaneously, the understanding of the halal label and social factors significantly affect the intention to buy packaged foods labeled halal, indicated by a positive R value of 0.484, $R^2 = 0.234$, and $F_{observed} = 18.156$ at a significance of 0.000. The effective contribution of the variable of the understanding of the halal label to the intention to buy packaged foods labeled halal is 4.6% and that of the social factors is 18.8%. The relative contribution of the understanding of the halal label to the intention to buy packaged foods labeled halal is 19.6% and that of the social factors is 80.4%. The results indicate that social factors have greater contribution to the intention to buy packaged foods labeled halal than the variable of the understanding of the halal label.

Keywords: Understanding Halal Label, Social factors, Intention to Buy

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Pendidikan.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini banyak mendapatkan bantuan berupa bimbingan, petunjuk dan sebagainya dari berbagai pihak, untuk itu penulis tidak lupa menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, MA, selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk kuliah di Universitas Negeri Yogyakarta serta fasilitas yang dapat membantu penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. Sugiharsono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah mengijinkan penulis menggunakan fasilitas selama penulis belajar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Daru Wahyuni, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam kegiatan akademik maupun non akademik di lingkup Program Studi Pendidikan Ekonomi.

4. Bapak Mustofa, S.Pd.,M.Sc., selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat akademik maupun non akademik selama ini.
5. Ibu Sri Sumardiningsih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, arahan dan nasehat yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Maimun Sholeh, M.Si., selaku Narasumber dan sekaligus sebagai penguji utama yang telah memberikan masukan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah meluangkan waktu untuk mengamalkan ilmu dan pengalamannya.
8. Bapak K.H Rosyim Al Fatih beserta Ibu Nyai Anita Durotul Yatimah selaku Pengasuh Pondok Pesantren Al barokah yang telah memberikan ijin penelitian.
9. Teman-teman santri putri dan santri putra yang telah bersedia menjadi responden, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. Teman-teman Pengurus Pondok Pesantren Al Barokah yang selama ini telah menjadi rekan yang baik dan memotivasiku menjadi pribadi yang lebih baik.
11. Sahabat-sahabati Masturidho, S.Psi, Nisa, Arina, Alma, Nurul, Zizi, Nur Rohmah, Bela, Umam, Sohibi, Aziz, Adi, Erdy, Irhamni, Didi, Rusmin, Suswan, Maryanto, Suntono, Fina D.B, Faisal, Mas Rosyid terimakasih atas kebersamaan dan motivasi kalian.

12. Teman-teman kamar, Maula, Mba Asni, Mba Eni, Dora terimakasih atas motivasi dan doanya.
13. Teman-teman yang telah membantu penelitian saya, Mba Uus. Mas Kholis, Mas Yanuar semoga menjadi amal yang baik.
14. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi 2011 semua yang telah belajar dan berjuang bersama.
15. Semua pihak yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Semoga semua amal baik mereka diterima Alloh SWT dan dicatat sebagai amal yang baik. Peneliti berharap mudah-mudahan apa yang ada di dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 08 Juni 2015
Penulis,



Fakhurohmah
NIM. 11404241033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of planned behavior</i>)	16
a. Sikap Terhadap Perilaku (<i>attitude toward behavior</i>)	20

b. Norma Subjektif (<i>subjective norm</i>)	20
c. Kontrol Perilaku yang Dirasakan	21
2. Aplikasi Teori Perilaku Terencana.....	22
a. Niat (<i>Intention</i>)	23
b. Norma subjektif (<i>subjective norm</i>)	24
c. Kontrol perilaku yang dirasakan.....	27
3. Pengaruh Agama terhadap Perilaku Konsumen.....	29
4. Pemahaman Label Halal.....	34
a. Pemahaman	34
b. Label	35
c. Sertifikasi halal	36
d. Label halal	42
e. Pemahaman label halal	44
5. Faktor Sosial.....	46
a. Kelompok referensi/acuan.....	46
b. Keluarga.....	47
c. Peran dan status sosial	47
6. Pondok Pesantren	48
a. Pengertian pondok pesantren.....	48
b. Sejarah pondok pesantren.....	49
c. Unsur-unsur pesantren.....	57
d. Fungsi dan peranan pesantren	59
e. Tujuan pendidikan pesantren.....	61
f. Eksperimentasi ilmu di pesantren	61
7. Makanan kemasan.....	62
B. Penelitian Terdahulu.....	63
C. Kerangka Berpikir	66
D. Hipotesis	69
 BAB III METODE PENELITIAN	71
A. Jenis Penelitian	71
B. Waktu dan Tempat Penelitian	71
C. Populasi dan Sampel Penelitian	72
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	73
E. Teknik Pengumpulan Data	75
F. Uji Coba Instrumen	78
1. Uji Validitas Soal Tes.....	78

2. Uji Realibilitas Soal Tes	81
3. Uji Validitas Angket	82
4. Uji Realibilitas Angket	83
G. Teknik Analisis Data	84
1. Analisis Deskriptif	84
2. Analisis Inferensial	85
a. Pengujian Persyaratan Analisis	86
1) Uji Normalitas	86
2) Uji Linieritas	86
3) Uji Multikolinieritas	86
4) Uji Homosedastisitas	87
b. Uji Hipotesis	88
1) Mencari koefisien determinan (R^2)	89
2) Uji simultan (Uji F)	89
3) Uji parsial (Uji t)	89
4) Menghitung SR dan SE	90
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	92
1. Sejarah Pondok Pesantren al Barokah	92
2. Tujuan Pondok Pesantren Al Barokah.....	93
3. Visi Pondok Pesantren	94
4. Misi Pondok pesantren	94
5. Karakteristik Pondok Pesantren Al Barokah	94
6. Keadaan Umum Pondok Pesantren Al Barokah	96
7. Struktur Organisasi Pondok Pesaantren Al Barokah	102
B. Deskripsi Data variabel Penelitian	105
1. Pemahaman Label Halal	105
2. Faktor Sosial	109
3. Niat membeli	112
C. Hasil Pengujian Prasyarat Analisis.....	115
1. Uji Normalitas	115
2. Uji Linearitas	115
3. Uji Multikolinearitas.....	116
4. Uji Homosedastisitas	117
D. Pengujian Hipotesis	117
1. Mencari Persamaan Garis Regresi ganda	118

2. Uji Parsial (Uji t)	118
3. Uji Simultan (uji F).....	120
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	121
5. Tabulasi Silang (<i>crosstab</i>)	122
6. Sumbangan relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)	123
E. Pembahasan hasil Penelitian	124
 BAB V. PENUTUP	129
A. Kesimpulan.....	129
B. Saran	130
C. Keterbatasan Penelitian	131
 DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skala Likert beserta Skornya	77
Tabel 2. Kisi-kisi Pertanyaan	77
Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Tes Pemahaman Label halal	78
Tabel 4. Uji Validitas Butir Soal.....	79
Tabel 5. Klasifikasi Kesukaran Soal	80
Tabel 6. Kriteria Nilai Daya Pembeda	80
Tabel 7. Reliabilitas Butir Soal	82
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Angket.....	83
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Angket	84
Tabel 10. Pedoman Pengkategorian.....	85
Tabel 11. Data Pengajar Pondok Pesantren Al Barokah.....	99
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Pemahaman Label Halal	106
Tabel 13. Distribusi Kecenderungan Variabel Pemahaman Label Halal.....	108
Tabel 14. Distribusi Frekuensi variabel Faktor Sosial	109
Tabel 15. Distribusi Kecenderungan Variabel Faktor Sosial.....	111
Tabel 16. Distribusi frekuensi Variabel Niat Membeli.....	112
Tabel 17. Distribusi Kecenderungan Variabel Niat Membeli.....	114
Tabel 18. Hasil Pengujian Normalitas	115
Tabel 19. Hasil Uji Linearitas	116
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas	116
Tabel 21. Hasil Uji Homosedastisitas	117
Tabel 22. Rangkuman Hasil Analisis Regresi.....	118

Tabel 23. Koefisien Determinasi (R^2).....	121
Tabel 24. Tabulasi Silang (X1) terhadap (Y).....	122
Tabel 25. Tabulasi Silang (X2) terhadap (Y).....	123
Tabel 26. SE dan SR	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Teori Perilaku Terencana	19
Gambar 2. Label Halal Resmi MUI.....	43
Gambar 3. Logo Halal Palsu	43
Gambar 4. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	69
Gambar 5. Diagram Batang Frekuensi Variabel Pemahaman Label Halal.....	107
Gambar 6. Diagram Lingkaran Kecenderungan Variabel Pemahaman Label Halal	108
Gambar 7. Diagram Batang Frekuensi Faktor Sosial.....	110
Gambar 8. Diagram Lingkaran Kecenderungan Variabel Faktor Sosial	111
Gambar 9. Diagram Batang frekuensi Niat Membeli	113
Gambar 10. Diagram Lingkaran Kecenderungan Variabel Niat Membeli	114

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur Pengurus Pondok Pesantren Putra Al Barokah.....	102
Bagan 2. Struktur Pengurus Pondok Pesantren Putri Al Barokah	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	138
A. Instrument Uji coba.....	138
B. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	143
C. Instrument Penelitian	146
Lampiran 2. Data Hasil Penelitian	151
A. Data Hasil Penelitian Pemahaman Label Halal	151
B. Data Hasil Penelitian Faktor Sosial	156
C. Data Hasil Penelitian Niat Membeli	161
Lampiran 3. Uji Prasyarat Analisis	167
A. Uji Normalitas.....	167
B. Uji Linearitas.....	167
C. Uji Multikolinearitas	168
D. Uji Homosedastisitas.....	169
Lampiran 4. Uji Regresi.....	170
A. Regresi ganda.....	170
B. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	171
Lampiran 5. Pengkategorian variabel Penelitian	172
A. Pemahaman Label Halal	172
B. Faktor Sosial	172
C. Niat Membeli	173
Lampiran 6. Hasil Tabulasi Silang.....	174

Lampiran 7. Surat-surat Penelitian..... 176

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan data laporan tahunan kehidupan keagamaan di Indonesia tahun 2013, jumlah penduduk Indonesia 237.641.326 orang. Jumlah penduduk muslim Indonesia 207.176.162 orang, maka persentase penduduk muslim mencapai 87,21%. Besarnya jumlah penduduk muslim di Indonesia merupakan pasar potensial bagi produk-produk halal. Seorang muslim dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa tentunya tidak hanya mengedapankan nilai guna suatu barang atau jasa, namun juga mempertimbangkan manfaat dari mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Dalam ajaran Islam, terdapat perintah mengkonsumsi makanan yang halal dan larangan mengkonsumsi makanan yang haram. Perintah mengenai mengonsumsi makanan halal terdapat dalam Alqur'an surat Al baqarah: 168 yang artinya "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh nyata bagimu. (MUI, 2011: 941).

Allah telah memberikan tuntunan kepada manusia agar mengkonsumsi dan menggunakan sesuatu yang halal dan thayyib. Halal bermakna sesuatu yang boleh untuk dilakukan, digunakan atau dikonsumsi menurut hukum Islam. Sedangkan Thayyib bermakna baik, yang mencakup keselamatan, kesehatan, lingkungan, keadilan, serta keseimbangan alam (<http://produk.halal.or.id/>).

Di dalam ajaran Islam dalam kegiatan mengkonsumsi bukan sekedar untuk menghilangkan lapar ataupun memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga

dipertimbangkan mengandung hal-hal yang haram atau tidak. Allah SWT melarang mengkonsumsi, memakan, dan menggunakan yang haram. Larangan mengenai mengkonsumsi, memakan, dan menggunakan hal-hal yang haram tersebut dijelaskan dalam Al qur'an surat Al Baqoroh ayat 173 yang berbunyi

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَبَ بِهِ
 لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادِ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
١٧٣
 رَحِيمٌ

Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (MUI, 2011: 949).

Dalam hadist juga dijelaskan tentang balasan bagi orang yang mengkonsumsi serta menggunakan hal-hal yang haram. Hadist tersebut diriwayatkan dari Abu Bakar ra: "Tidak akan masuk ke dalam syurga daging yang tumbuh dari sumber yang haram, nerakalah yang layak baginya." (riwayat Imam Ahmad di dalam Musnadnya), manakala riwayat yang lain bermaksud: "Tidak akan masuk syurga tubuh badan yang membesar dengan sumber yang haram." (riwayat al-Khatib al-Tabriziy di dalam *Miyskah al-Misbah*). Maksud hadis ini ialah tubuh badan atau daging yang membesar bersumberkan makanan haram maka di akhirat kelak sebagai balasan neraka jahanam tempat

baginya sebagai balasan. Orang yang makan makanan haram sama dengan berusaha menghancurkan dirinya, merusak ibadahnya, mempermudah doanya dan menghancurkan keluarga serta keturunannya. (<http://m.republika.co.id/>). Ketidakninginan masyarakat muslim untuk mengkonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan kejelian dalam proses pemilihan produk (*high involvement*). Sehingga akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang tersisih.

Sekarang konsumen dikelilingi banyak pilihan produk, salah satunya produk pangan dalam kemasan. Beberapa langkah bisa ditempuh konsumen saat mempertimbangkan untuk mengkonsumsi sebuah produk dalam kemasan. Misalnya, dengan memperhatikan label produk kemasan, untuk memastikan kelayakan produk dan status kehalalannya (<http://www.suaramedia.com>).

Produk pangan harus senantiasa tersedia, aman, bermutu, bergizi dan beragam dengan harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. Untuk mencapai semua itu, perlu diselenggarakan suatu sistem produk pangan yang memberikan perlindungan, baik bagi pihak yang memproduksi maupun yang mengkonsumsi pangan, serta tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat.

Pemahaman yang semakin baik tentang agama makin membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Khusus di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan–Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).

Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya. Produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.

Menurut MUI di jaman sekarang ini masyarakat dalam mengkonsumsi produk pangan kurang memperhatikan label halal. Kondisi sebagian besar masyarakat Indonesia yang awam tentang halal dan haram pada makanan cenderung bersikap masa bodoh dalam mengkonsumsi berbagai macam produk yang ada di pasaran. Kondisi ini sangat memprihatinkan, mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduknya memeluk agama Islam, bahkan terbesar di dunia, tapi ternyata belum begitu menganggap penting status kehalalan makanan yang akan dikonsumsi.

Begitu juga dengan kondisi produsen di Indonesia, kesadaran produsen di Indonesia dalam menjamin kehalalan produknya masih sangat rendah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk yang beredar belum bersertifikat halal. LPPOM-MUI Jumat (28/02/2014) siang merilis data produk bersertifikat halal yang beredar di Indonesia. Saat ini dari produk yang terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebanyak 175.157 produk, baru sekitar 103.382 produk (59,01 %) yang telah bersertifikat halal MUI. Selama lima tahun, LPPOM MUI telah mengeluarkan sertifikat halal sebanyak 13.136

(8,43%) dari jumlah produk 155.774 yang beredar di Indonesia. Dari data ini tentu masih banyak produk-produk yang beredar di Indonesia belum mengantongi sertifikat halal MUI. Produk yang bersertifikat halal MUI didominasi produk-produk dari Indonesia, sebanyak 71 %. Menyusul China 17 %, Asia 4 %, ASEAN 4 %, Eropa 3 %, Australia 1 %. Dari data tersebut terlihat bahwa produsen di Indonesia belum begitu menyadari pentingnya menjamin produk halal pada hasil produksinya (<http://www.hidayatullah.com>).

Masih banyak produk bersertifikat halal palsu beredar dimasyarakat. Dari seluruh produk bersertifikat halal yang beredar di Indonesia, baru 59,01% produk yang berlabel halal MUI yang beredar di masyarakat. Masyarakat seharusnya lebih hati-hati dalam mengenali label halal yang ada dalam kemasan. Seperti yang telah diimbau oleh Direktur LPPOM-MUI Lukmanul Hakim bahwa saat ini memang banyak produk dengan label halal palsu. Jumlah produk yang berlabel halal palsu angkanya cukup tinggi yaitu 40 hingga 50 persen dan ini adalah produk-produk yang telah mendapat registrasi sehat dan baik dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) (<http://Pusathalal.com>).

Realita masyarakat Indonesia sekarang masih banyak kaum muslim yang hampir tidak peduli, menganggap enteng, bahkan cenderung meremehkan kehalalan makanan yang dikonsumsinya. Kondisi ini disebabkan terutama karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman, yang menyebabkan kurangnya kesadaran dan ketidakpedulian dari sebagian besar masyarakat Muslim Indonesia. Salah satu faktor penyebabnya adalah kurangnya pemahaman akan hukum dan peraturan. Contoh yang paling jelas adalah

masalah label halal. Banyak diantara kita yang menganggap bahwa restoran atau produk yang mencantumkan label halal sudah pasti halal. Padahal realitanya banyak label halal adalah “*self claim*” atau pernyataan sepihak tanpa adanya pengujian dari badan yang berwenang. Jika masyarakat paham label yang resmi dan yang bukan, maka mereka akan terhindar dari makanan haram atau subhat (<http://pusathalal.com/>).

Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, maka setiap konsumen perlu berhati-hati sebelum membeli suatu produk pangan yang akan dikonsumsinya. Salah satu upaya yang pertama kali dapat dilakukan oleh konsumen adalah dengan melihat kemasan dan labelnya. Label pada kemasan produk pangan bukanlah sekedar hiasan. Dari label inilah, konsumen mengetahui banyak hal tentang produk yang akan dikonsumsinya. Pemahaman tentang cara membaca label akan bermanfaat bagi konsumen sehingga tidak terjebak pada hal-hal yang menyesatkan. Pada umumnya, konsumen tidak selalu dapat memanfaatkan informasi yang ada pada label. Salah satu permasalahannya adalah kurang memahami maksud yang ada dalam label tersebut.

Label halal yang resmi adalah label halal yang diterbitkan oleh badan resmi pemerintah. Dalam UU No.33 Tahun 2014 pasal 33 ayat 1 tentang Jaminan Produk Halal dijelaskan bahwa penetapan kehalalan produk dilakukan oleh MUI dalam sidang Fatwa Halal. Dalam sidang tersebut mengikutsertakan para pakar, unsur kementerian/lembaga, dan instansi terkait. Sedangkan pemeriksaan atau pengujian produk dilakukan oleh BPJPH (Badan

Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Jadi label halal yang dipasang di produk tanpa melalui proses pemeriksaan oleh BPJPH dan disyahkan oleh MUI bukan merupakan label halal yang resmi.

Dalam proses pemberian sertifikasi halal, bukan hanya sekedar bahan-bahan yang digunakan saja yang dikaji dan diteliti, tetapi mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian Produk. (UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal) kemudian diuji oleh LPPOM-MUI melalui beberapa tahap hingga mendapatkan sertifikasi halal yang ditandai dengan label halal pada kemasan produknya, sebagai informasi yang bisa diketahui konsumen.

Sertifikasi halal mempunyai peran yang makin penting dengan meningkatnya permintaan produk halal global (LPPOM MUI). Apalagi Indonesia sebagai negeri mayoritas muslim, menyediakan produk halal menjadi sebuah kewajiban. Dengan demikian peluang pasar untuk pangan halal dan baik sangat terbuka luas dan menjanjikan, sehingga ini seharusnya bisa dijadikan peluang bisnis bagi masyarakat Indonesia.

Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal baru disyahkan pada tanggal pada 17 Oktober 2014 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Sebelumnya Undang-Undang ini berupa Rancangan Undang-undang, tapi setelah disetujui oleh Rapat Paripurna DPR-RI pada 25 September 2014, selanjutnya Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) Kabinet Indonesia Bersatu (KIB) II Amir Syamsudin telah mengundangkan UU tersebut sebagai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. (<http://setkab.go.id/>).

Dengan disyahkannya RUU JPH menjadi UU JPH ini, menunjukkan bahwa selama ini di Indonesia belum ada UU yang secara syah mengatur tentang Jaminan Produk Halal. Menurut Elvy Evendie Bidang Kemitraan LPPOM-MUI DIY dalam Stadium General Ekonomi Islam dengan tema “Perkembangan Industri Halal di DIY Setelah Pemberlakuan UU Jaminan Produk Halal” beliau menyatakan bahwa UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal tersebut belum bisa berjalan karena masih banyak ketentuan dalam UU yang belum jelas, seperti Ketentuan Menteri dalam UU. Pegawai LPPOM-MUI DIY juga masih belum ada pegawai tetap tetapi masih dari pegawai Universitas. BPJPH yang seharusnya bertugas untuk melaksanakan tugasnya melakukan segala ketentuan penyelenggaraan jaminan produk halal sampai sekarang belum dibentuk.

Produsen belum sadar bahwa sebenarnya menjamin kehalalan suatu produk dan memberikan informasi kehalalan merupakan kewajiban produsen, sehingga sampai saat ini banyak pemahaman produsen bahwa jaminan kehalalan bukan kewajiban, namun sebagai nilai tambahan suatu produk. Konsumen pun selama ini belum begitu menyadari hak yang seharusnya didapatkan dari produsen tentang adanya jaminan produk halal.

Sertifikasi halal memberikan keuntungan bagi semua konsumen, tidak hanya konsumen muslim saja karena halal tidak saja berarti kandungannya halal namun juga diproses dengan cara yang beretika, sehat dan baik. Sekarang ini sertifikasi halal mencakup konsumen muslim dan non muslim yang ingin menjaga kesehatannya dengan menjaga makanannya.

Konsumen muslim dapat memastikan produk mana yang aman dan jelas status kehalalannya dengan adanya label halal MUI pada kemasan produk. Secara teori, para muslim yang taat, akan berhati-hati dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi yaitu lebih teliti dengan adanya label halal MUI pada kemasan produk.

Di Yogyakarta ada 178 pondok pesantren, sementara di kabupaten kota Yogyakarta sendiri ada 19 pondok pesantren, pondok pesantren Al barokah merupakan salah satu pondok pesantren yang ada di Yogyakarta, dan tepatnya ada di kabupaten Yogyakarta. Pondok pesantren Al barokah merupakan pondok pesantren semi modern, yaitu disamping masih mempertahankan tradisi salaf, juga masih menerima pemikiran ulama kontemporer. Sehingga pemikiran santri tidak kolot dan kaku hanya berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits, namun juga mengikuti perkembangan jaman dan arus globalisasi dengan tidak bertolak dengan Al-Qur'an, hadits, qiyas, serta ijma' ulama termasuk fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Pondok pesantren Al Barokah sebagian besar santrinya adalah mahasiswa. Mahasiswa adalah komunitas kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi yang mereka peroleh dan kemampuan mereka untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilah-milah produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh. Berdasarkan hasil observasi pra penelitian sebagian santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah belum sadar akan pentingnya label halal MUI pada kemasan produk makanan, walaupun santri paham akan ketentuan hukum islam tentang halal dan haram,

sehingga perlu dilakukan penelitian apakah label halal dan faktor sosial berpengaruh terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah.

Santri merupakan makhluk sosial yang hidup berdampingan dengan masyarakat, serta tidak lepas dari keluarga. Interaksi sosial yang terjalin antar santri, masyarakat, serta keluarga akan berpengaruh pada pola pikir dan niat dalam melakukan tindakan. Dalam hal ini juga berpengaruh pada niat dalam membeli makanan.

Pondok Pesantren Al-Barokah merupakan lembaga pendidikan non formal yang mempunyai visi Membentuk Generasi Islam Yang Berilmu, Berakhlaqlul Karimah Dan Bertaqwah kepada Allah SWT. Santri Pondok Pesantren Al-Barokah terdiri dari pelajar tingkat SMP, SMA dan Mahasiswa. Santri tinggal di lingkungan yang menekuni bidang studi disiplin ilmu agama. Dengan bidang ilmu agama yang mereka tekuni dan faktor sosial yang mendukung, seharusnya tercermin dalam perilaku mereka. Dalam konteks ini, pengetahuan mereka tentang makanan yang halal menurut Islam seharusnya terimplementasikan dalam memilih ketentuan jenis makanan yang halal. Namun dalam realisasinya, apakah para santri telah paham dengan label halal yang resmi MUI, serta apakah faktor sosial santri mempengaruhi niat pembelian makanan kemasan berlabel halal. Dalam penelitian ini peneliti hanya akan meneliti santri mahasiswa dengan asumsi bahwa mahasiswa lebih mempunyai pengetahuan umum dan agama yang lebih tinggi dari jenjang lainnya.

Penelitian tentang Pengaruh Pencantuman Label halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim pernah dilakukan oleh Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin dalam Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012 Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencantuman label halal memberikan pengaruh sebesar 31,1% terhadap minat beli. Dimana label halal yang dicantumkan pada kemasan mie instan tersebut berperan dalam meningkatkan minat beli.

Nurul Huda dan Muchlisin (2014) dalam SUHUF, Vol. 26, No.1, Mei 2014:57-66 meneliti tentang konsumsi yang berjudul “Pengaruh Label Halal pada Makanan terhadap Konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan sertifikasi halal MUI berupa label halal pada setiap kemasan produk makanan, ternyata tidak berpengaruh pada signifikan terhadap pilihan mahasiswa Fakultas Agama Islam dalam mengkonsumsi makanan.

Dengan adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sampai saat ini, menjadikan pentingnya dilakukan penelitian ulang untuk melihat pegaruh pemahaman label halal sebagai kontrol keperilakuan yang dirasakan dan faktor sosial sebagai norma subjektif terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa di pondok pesantren Al-Barokah. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai bagaimana pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah, perlu dilakukan suatu penelitian. Untuk itu penulis akan

melakukan penelitian dengan menjadikan santri mahasiswa sebagai populasi penelitian. Penulis memberikan judul pada penelitian ini adalah “PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL (Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah).

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Menurut MUI masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, namun dalam mengkonsumsi produk pangan kurang memperhatikan label halal.
2. Kesadaran produsen di Indonesia dalam menjamin kehalalan produknya masih sangat rendah.
3. Masih banyak produk yang terdaftar di BPOM tetapi belum bersertifikat halal MUI, yaitu sebanyak 41,09%.
4. Saat ini masih ada produk terutama makanan dan minuman yang menggunakan label/logo halal palsu di kemasannya.
5. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman konsumen dengan label halal.
6. Masih ada sebagian santri pondok pesantren Al barokah belum sadar akan pentingnya label halal MUI pada kemasan produk makanan, walaupun santri paham akan ketentuan hukum islam tentang halal dan haram.

C. Batasan Masalah

Ada banyak faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam pembelian makanan. Akan tetapi agar penelitian terfokus mengenai pembahasan serta cakupan penelitian tidak terlalu luas, peneliti membatasi masalah dengan memfokuskan pada dua faktor, yaitu faktor pemahaman label halal dan faktor sosial. Peneliti memilih variabel pemahaman label halal dan faktor sosial karena kedua variabel ini merupakan variabel yang diduga mempunyai hubungan erat dengan faktor yang mempengaruhi niat membeli makanan kemasan berlabel halal di pondok pesantren Al-Barokah.

Pembatasan masalah diperlukan dalam penelitian ini agar penelitian lebih terarah dan tidak terjadi perluasan kajian mengingat luasnya permasalahan yang ada, keterbatasan waktu, biaya, tenaga dan kemampuan berfikir peneliti.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal?
3. Bagaimana pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.
2. Pengaruh faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.
3. Pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan Ekonomi terutama pada bidang perilaku konsumen pada niat membeli.
 - b. Memberikan bukti empiris kebenaran teori pendapat para ahli tentang perilaku konsumen tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli, yang pada penelitian ini dikaitkan dengan pemahaman label halal dan faktor sosial.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi UNY, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

- b. Bagi Pondok Pesantren Al-Barokah, sebagai sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pemahaman label halal dan faktor sosial dalam mempengaruhi santri mahasiswa pada niat membeli makanan kemasan berlabel halal.
- c. Bagi Penulis, penelitian ini diharapakan dapat menambah pengetahuan penulis, serta sebagai wahana potensial untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menerapkan teori yang ada dengan keadaan yang sebenarnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Teori Perilaku Terencana (*Theory Of Planned Behavior*)

Teori perilaku yang direncanakan (TPB) dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1988. Teori ini mengusulkan sebuah model yang dapat mengukur bagaimana tindakan manusia diatur. Ini memprediksi terjadinya perilaku tertentu, asalkan perilaku disengaja. Teori perilaku yang direncanakan adalah teori yang memprediksi perilaku disengaja, karena perilaku bisa dipertimbangkan dan direncanakan.

Ada beberapa tujuan dan manfaat dari teori ini, antara lain adalah untuk meramalkan dan memahami pengaruh-pengaruh motivasional terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individu sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada tiap aspek penting beberapa perilaku manusia.

Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah niat untuk berperilaku. Niat individu untuk menampilkan suatu perilaku adalah kombinasi dari sikap untuk menampilkan perilaku tersebut dan norma subjektif. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subjektif, kepercayaan-kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh.

Theory of Planned Behavior dikembangkan untuk memprediksi perilaku-perilaku yang sepenuhnya tidak di bawah kendali individu. Theory of Planned Behavior didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya, secara sistematis. Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu.

TPB dimulai dengan melihat niat berperilaku sebagai anteseden terdekat dari suatu perilaku. Dipercaya bahwa semakin kuat niat seseorang untuk menampilkan suatu perilaku tertentu, diharapkan semakin berhasil ia melakukannya. Niat adalah suatu fungsi dari *beliefs* dan atau informasi yang penting mengenai kecenderungan bahwa menampilkan suatu perilaku tertentu akan mangarahkan pada suatu hasil yang spesifik. Niat bisa berubah karena waktu. Semakin lama jarak antara niat dan perilaku, semakin besar kecenderungan terjadinya perubahan niat.

Sikap dianggap sebagai anteseden pertama dari niat perilaku. Sikap adalah kepercayaan positif atau negatif untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Kepercayaan-kepercayaan atau *beliefs* ini disebut dengan *behavioral beliefs*. Seorang individu akan berniat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu ketika ia menilainya secara positif. Sikap ditentukan oleh kepercayaan-kepercayaan individu mengenai konsekuensi dari menampilkan suatu perilaku (*behavioral beliefs*), ditimbang berdasarkan hasil evaluasi terhadap konsekuensinya (*outcome evaluation*). Sikap-sikap

tersebut dipercaya memiliki pengaruh langsung terhadap niat berperilaku dan dihubungkan dengan norma subjektif dan *perceived behavioral control*.

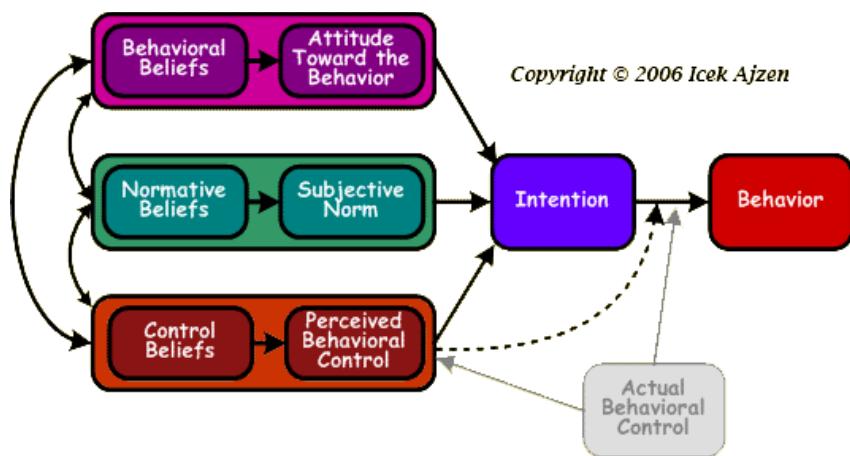
Norma subjektif juga diasumsikan sebagai suatu fungsi dari *beliefs* yang secara spesifik seseorang setuju atau tidak setuju untuk menampilkan suatu perilaku. Kepercayaan-kepercayaan yang termasuk dalam norma-norma subjektif disebut juga kepercayaan normatif (*normative beliefs*). Seorang individu akan berniat menampilkan suatu perilaku tertentu jika ia mempersepsi bahwa orang-orang lain yang penting berfikir bahwa ia seharusnya melakukan hal itu. Orang lain yang penting tersebut bisa pasangan, sahabat, dokter, dan orang-orang yang dianggap penting.

TPB memperhitungkan bahwa semua perilaku tidaklah di bawah kendali dan bahwa perilaku-perilaku tersebut berada pada suatu titik dalam suatu kontinum dari sepenuhnya di bawah kendali sampai sepenuhnya di luar kendali. Individu mungkin memiliki kendali sepenuhnya ketika tidak terdapat hambatan apapun untuk menampilkan suatu perilaku. Dalam keadaan ekstrim yang sebaliknya, mungkin sama sekali tidak terdapat kemungkinan untuk mengendalikan suatu perilaku karena tidak adanya kesempatan, karena tidak adanya sumber daya atau ketrampilan. Faktor-faktor pengendali tersebut terdiri atas faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal antara lain ketrampilan, kemampuan, informasi, emosi, stres. Faktor-faktor eksternal meliputi situasi dan faktor-faktor lingkungan (Achmat Zakarija, 2010).

Teori perilaku terencana memiliki 3 variabel independen. Pertama adalah sikap terhadap perilaku dimana seseorang melakukan penilaian atas sesuatu yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Kedua adalah faktor sosial disebut norma subyektif, hal tersebut mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan.

Ketiga anteseden niat (*perceived behavioral control*) adalah tingkat persepsi pengendalian perilaku yang seperti yang kita lihat sebelumnya, mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku, dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen, 1991).

Gambar 1. Teori Perilaku Terencanna (Theory of Planned Behavior)



Sumber : Ajzen, 2006. <http://people.umass.edu/aizen/tpb.html>

Niat diasumsikan menangkap faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, yang mengindikasikan seberapa keras orang bersedia untuk mencoba dan berapa banyak upaya yang mereka rencanakan

untuk dikerahkan dalam rangka untuk melakukan perilaku (Beck dan Ajzen, 1991). Niat untuk terlibat dalam perilaku tertentu dipengaruhi oleh:

a. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)

Keyakinan tentang perilaku tertentu beserta konsekuensinya. Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu untuk melakukan perilaku atau tindakan. Hal ini ditentukan melalui penilaian keyakinan seseorang mengenai konsekuensi yang timbul dari perilaku dan evaluasi konsekuensi dari keinginan tersebut.

b. Norma subyektif (*subjective norm*)

Harapan yang bersifat normatif (menurut norma atau kaidah yang berlaku) dari orang lain yang dianggap penting oleh pelaku perilaku tertentu. Norma subjektif juga diasumsikan sebagai suatu fungsi dari beliefs yang secara spesifik seseorang setuju atau tidak setuju untuk menampilkan suatu perilaku. Kepercayaan-kepercayaan yang termasuk dalam norma-norma subjektif disebut juga kepercayaan normatif (normative beliefs). Seorang individu akan berniat menampilkan suatu perilaku tertentu jika ia mempersepsi bahwa orang-orang lain yang penting berfikir bahwa ia seharusnya melakukan hal itu. Orang lain yang penting tersebut bisa pasangan, sahabat, dokter dan lainnya (Achmat Zakarija, 2010).

Norma subyektif adalah prediksi seseorang dari tekanan sosial untuk menargetkan perilaku. Norma subyektif diasumsikan memiliki dua komponen yang bekerja dalam interaksi: keyakinan tentang bagaimana

orang lain, yang mungkin dalam beberapa cara penting untuk orang, ingin mereka untuk berperilaku (keyakinan normatif) .

c. Kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*)

Kesulitan atau hambatan yang dirasakan atau kemudahan dalam melakukan perilaku tertentu. Theory of planned behavior (TPB) mengasumsikan bahwa control perilaku persepsian memiliki implikasi motivasional terhadap niat (Achmat Zakarija, 2010). Orang-orang yang percaya bahwa mereka tidak memiliki sumber daya yang ada dan kesempatan untuk melakukan perilaku tertentu mungkin tidak akan membentuk niat-niat perilaku yang kuat untuk melakukannya meskipun mereka memiliki sikap yang positif terhadap perilakunya dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui seandainya mereka melakukan perilaku tersebut. Kontrol perilaku persepsian yang telah berubah akan mempengaruhi perilaku yang ditampilkan sehingga tidak sama lagi dengan yang diniatkan.

Dalam teori perilaku yang direncanakan, kontrol diperhitungkan sebagai variabel berlabel kontrol perilaku percieve, yang didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang seberapa mudah atau sulitnya untuk melakukan perilaku (Eagly, Alice H and Shelly Chaiken. 1993: 187). Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) didefinisikan oleh Ajzen (1991) sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku. Kontrol perilaku persepsian ini merefleksikan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi halangan-halangan yang ada

sehingga semakin menarik sikap dan norma subjektif terhadap perilaku, semakin besar control perilaku persepsian, semakin kuat pula niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Kontrol perilaku persepsian yang telah berubah akan memengaruhi perilaku yang ditampilkan sehingga tidak sama lagi dengan yang diniatkan.

Perceived behavioral control adalah sejauh mana seseorang merasa mampu untuk melakukan tingkah laku. Ini memiliki dua aspek, seberapa banyak seseorang memiliki kontrol atas perilaku dan seberapa yakin seseorang merasa tentang mampu untuk melakukan atau tidak melakukan tingkah laku. Hal ini ditentukan oleh keyakinan kontrol tentang kekuatan baik situasional dan faktor internal untuk menghambat atau memfasilitasi dijadikannya perilaku.

2. Aplikasi Teori Perilaku Terencana

Teori yang menjelaskan hubungan antara sikap dengan perilaku antara lain adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam teori TPB, perilaku dipengaruhi oleh niat (*intention*). Sementara niat (*intention*) sendiri dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma-norma subyektif (*subjective norm*) dan kontrol keperilakuan yang dirasakan (*perceived behavioral control*).

Dalam penelitian ini, peneliti tidak meneliti sampai perilaku (*behavior*), tetapi hanya meneliti sampai tahapan niat (*intention*). Dalam meneliti niat (*intention*), peneliti hanya meneliti 2 pengaruh yaitu norma subyektif

(*subjective norm*) yang diukur dengan faktor sosial dan kontrol keperilakuan yang dirasakan (*percieved behavioral control*) yang diukur dengan pemahaman label halal. Kedua variabel tersebut akan diteliti apakah mempengaruhi niat (*intention*), dalam penelitian ini yaitu niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

a. Niat (*intention*)

Niat sebagai variabel Y (dependen). Menurut Fishbein dan Icek Ajzen (2004:197), *intention* (niat) adalah sebuah rencana atas sepertinya seseorang akan berperilaku dari situasi tertentu dengan cara-cara tertentu baik seseorang akan melakukannya atau tidak. Niat (*intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Niat tidak selalu statis. Niat dapat berubah dengan berjalannya waktu. (Jogiyanto, 2007: 29).

Niat merupakan penentu terpenting perilaku seseorang. Niat diasumsikan menangkap faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, yang mengindikasikan seberapa keras orang bersedia untuk mencoba dan berapa banyak upaya yang mereka rencanakan untuk dikerahkan dalam rangka untuk melakukan perilaku (Beck dan Ajzen, 1991). Niat adalah suatu fungsi dari *beliefs* dan atau informasi yang penting mengenai kecenderungan bahwa menampilkan suatu perilaku tertentu akan mangarahkan pada suatu hasil yang spesifik. Semakin kuat niat untuk terlibat dalam perilaku, semakin besar kemungkinan kinerja perilakunya.

Dalam penelitian ini niat (*intention*) yang dimaksud yaitu niat konsumen dalam membeli makanan kemasan yang berlabel halal. Kontrol keperilakuan yang dirasakan akan diukur dengan pemahaman label halal apakah akan berpengaruh pada niat membeli makanan berlabel halal atau tidak.

Indikator-indikator dari niat beli dijelaskan oleh komponen dari Schiffman dan Kanuk (2000: 470). Komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk
- b. Mempertimbangkan untuk membeli
- c. Tertarik untuk mencoba
- d. Ingin mengetahui produk
- e. Ingin memiliki produk

b. Norma Subjektif (*subjective norm*)

Norma Subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Jogiyanto, 2007:42). Norma-norma subjektif (*subjective norm*) yang berupa penentu kedua dari niat-niat juga diasumsikan sebagai suatu fungsi kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*), tetapi kepercayaan-kepercayaan yang macamnya berbeda, yaitu kepercayaan-kepercayaan seseorang bahwa individual-individual tertentu atau grup-grup

menyetujui atau tidak menyetujui melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007:43).

Norma subjektif ditentukan oleh adanya keyakinan normatif (*normative belief*) dan keinginan untuk mengikuti (*motivation to comply*). Keyakinan normatif berkenaan dengan harapan-harapan yang berasal dari *referent* atau orang dan kelompok yang berpengaruh bagi individu (*significant others*) seperti orang tua pasangan, teman dekat, rekan kerja atau lainnya, tergantung pada perilaku yang terlibat. Jadi *subjective norms* terbentuk sebagai akibat dari adanya persepsi individu terhadap tekanan sosial yang ada untuk menunjukkan atau tidak suatu perilaku. Individu memiliki keyakinan bahwa individu atau kelompok tertentu akan menerima atau tidak menerima tindakan yang dilakukannya. Apabila individu meyakini apa yang menjadi norma kelompok, maka individu akan mematuhi dan membentuk perilaku yang sesuai dengan kelompoknya.

Subjective Norms tidak hanya ditentukan oleh *referent*, tetapi juga ditentukan oleh *motivation to comply*. Secara umum, individu yang yakin bahwa kebanyakan *referent* akan menyetujui dirinya menampilkan perilaku tertentu, dan adanya motivasi untuk mengikuti perilaku tertentu, akan merasakan tekanan sosial untuk melakukannya. Sebaliknya, individu yang yakin bahwa kebanyakan *referent* akan tidak menyetujui dirinya menampilkan perilaku tertentu, dan tidak adanya motivasi untuk mengikuti perilaku tertentu, maka hal ini akan menyebabkan dirinya

memiliki *subjective norm* yang menempatkan tekanan pada dirinya untuk menghindari melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

Bertitik tolak dari definisi tentang norma subjektif yang dikemukakan oleh Ajzen diatas, maka norma subjektif dalam penelitian ini didefinisikan sebagai fungsi perasaan atau dugaan-dugaan terhadap harapan dari santri yang berasal dari individu atau kelompok yang dianggap penting oleh santri yang menyarankan patuh atau tidak patuh dalam mengkonsumsi makanan kemasan berlabel halal sesuai dengan yang dilakukan orang dan kelompok di sekitarnya. Norma subjektif ditentukan oleh dua faktor penting yaitu *referent* (orang dan kelompok yang berpengaruh bagi individu dan *motivation to comply* (keinginan untuk mengukuti). Dalam penelitian ini hanya akan meneliti norma subjektif dari faktor *referent* yang didefinisikan sebagai faktor sosial. Faktor sosial ini meliputi kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial santri.

Kaitannya dengan niat, norma subjektif adalah sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan/perilaku. Norma subjektif adalah persepsi individu tentang pendapat kelompok referensi (teman, keluarga), jika individu tersebut berperilaku tertentu dan pendapat kelompok referensi ini akan mempengaruhi niat individu. Kepercayaan normatif mempunyai arti sebagai suatu kuatnya keyakinan normatif seseorang terhadap atribut yang ditawarkan dalam mempengaruhi niat perilaku terhadap objek.

Norma subjektif terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal adalah kekuatan pengaruh pandangan orang-orang atau faktor lain di lingkungan yang mempengaruhi seseorang untuk niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Adanya tuntutan untuk mengkonsumsi makanan halal dari masyarakat, mulai dari keluarga, kelompok referensi, pemerintah sampai pada tuntutan pemuka agama membentuk kesadaran konsumen mengikuti norma-norma yang ada disekitarnya.

c. Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*)

Kontrol perilaku merefleksikan kepercayaan atau keyakinan seseorang terhadap akses yang mereka miliki untuk memperoleh sumber dan kesempatan yang diperlukan untuk mewujudkan perilakunya (Ajzen 1991). Kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan oleh Ajzen (1991, hal. 88) sebagai kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007:64).

Secara konseptual, kontrol perilaku diharapkan untuk mempengaruhi niat pada perilaku yang dilakukan individu, sehingga suatu niat yang kuat akan menghasilkan perilaku hanya jika kontrol perilaku yang dimiliki individu juga kuat. Ajzen (2006) memaparkan kontrol perilaku sebagai fungsi yang didasarkan oleh keyakinan yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu keyakinan individu mengenai faktor pendukung dan atau penghambat untuk melakukan suatu perilaku (*salient control beliefs*). Keyakinan tentang faktor pendukung dan penghambat untuk melakukan

suatu perilaku didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Secara spesifik, dalam teori perilaku terencana (*planned behavior theory*), persepsi tentang kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan suatu perilaku.

Kontrol perilaku ditentukan oleh kombinasi antara keyakinan individu mengenai faktor pendukung dan atau penghambat untuk melakukan suatu perilaku (*kontrol beliefs*), dengan kekuatan perasaan individu akan setiap faktor pendukung ataupun penghambat tersebut (*perceived power control*). Keyakinan control (*control beliefs*) yang kemudian melahirkan control perilaku yang dipersepsikan adalah keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (*perceived power*). Kontrol perilaku yang dipersepsikan dalam penelitian ini adalah pemahaman label halal yang mempengaruhi niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Ajzen (1991) mengatakan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan mempengaruhi niat didasarkan atas asumsi bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan oleh individu akan memberikan implikasi motivasi pada orang tersebut. Kontrol perilaku digambarkan sebagai “persepsi dari sejauh mana perilaku dianggap dikendalikan, itu menilai sejauh mana orang merasa bahwa mereka benar-benar memiliki kontrol atas perilakunya”. Secara umum, semakin individu merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung mempersepsikan diri mudah untuk melakukan perilaku tersebut, sebaliknya semakin sedikit individu merasakan sedikit faktor pendukung dan banyak faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung mempersepsikan diri sulit untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2006).

Pemahaman terhadap label halal menjadi control yang dipresepsikan individu yang akan mendukung atau menghambat timbulnya niat membeli. Tingkat pemahaman yang tinggi terhadap label halal, santri akan mengetahui manfaat adanya label halal sehingga mempengaruhi niat membeli.

3. Pengaruh Agama terhadap Perilaku Konsumen

Agama islam adalah agama yang dianut oleh sebagian besar penduduk Indonesia. Ajaran agama islam telah memiliki pengaruh yang kuat dalam kehidupan penduduk Muslim di Indonesia. Dalam agama Islam terdapat

aturan dasar, yaitu rukun Islam, yakni mengakui keberadaan Alloh, mendirikan sholat, menunaikan puasa ramadhan, membayar zakat, dan melakukan perjalanan haji bila memiliki kemampuan. Keenam prinsip dasar ajaran Islam tersebut telah mempengaruhi bagaimana seorang muslim berperilaku sebagai konsumen. Ajaran tersebut juga telah mempengaruhi bagaimana sikap, persepsi, dan gaya hidup seorang muslim sebagai konsumen (Ujang Sumarwan, 2011: 201).

Makanan halal merupakan isu yang sangat strategis di Indonesia, hal tersebut dikarenakan jumlah umat muslim yang merupakan sebagian besar penduduk Indonesia. Telah menjadi pengetahuan umum bahwa umat Islam diwajibkan memakan makanan yang halal, perintah mengenai makanan halal terdapat di dalam Al qur'an, yaitu sebagai berikut.

- 1) Suart Al baqarah: 168

يَنْهَا النَّاسُ كُلُّا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالٌ طَيِّبٌ وَلَا تَنْهَا عُطُولًا
 ﴿١٦٨﴾ أَشْيَطَنَ إِنَّهُ وَلَكُمْ عَذْوٌ مُّبِينٌ

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

2) An Nahl:114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَشُكْرُوا بِنِعْمَتِ اللَّهِ إِنْ

كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Alloh kepadamu; dan syukurilah nikmat Alloh, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.”

3) Al Maidah: 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَتْقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

﴿٨٨﴾

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Alloh telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Alloh yang kamu beriman kepada-Nya.”

Serta dilarang makan makanan yang haram, larangan tersebut terdapat pada:

1) Al Baqarah: 173

إِنَّمَا حَرَمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَكَ بِهِ لَغَيْرِ اللَّهِ
فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغِرٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمٌ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

“Sesungguhnya Alloh hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Alloh. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa

(memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Alloh Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

2) Al Maidah: 3

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ
 وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُرْدِيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَرْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ
 وَأَن تَسْتَقِسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِن دِينِكُمْ فَلَا
 تَحْشُوْهُمْ وَأَخْشَوْنِ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينِكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ
 إِلَّا سَلَمَ دِيَنَا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَحْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَارِفٍ لِأَثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ عَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿٣﴾

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Alloh, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agama, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah ku sempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksu karena kelaparan tanpa sengaja

berbuat dosa, sesungguhnya Alloh Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

3) An Nahl: 115

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ
فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَايْعٍ وَلَا عَادِ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

“Sesungguhnya Alloh hanya mengharamkan atasmu (memakan) bangkai, darah, daging babi dan apa yang disembelih dengan menyebut nama selain Alloh; tetapi barang siapa yang terpaksa memakannya dengan tidak menganiaya dan tidak pula melampaui batas, maka sesungguhnya Alloh Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. “ (Ujang Sumarwan, 2011: 209-210).

Pengetahuan menegenai makanan halal atau tidak sangat penting bagi masyarakat umum, terutama umat Islam, dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar untuk umat Islam. Konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Hal tersebut dikarenakan, produk makanan dan kosmetik yang telah dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya. Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) merupakan lembaga yang bertugas meneliti, mengkaji dan menganalisis, produk-

produk makanan dan kosmetik yang tidak berbahaya bagi masyarakat dan halal dari segi agama.

Konsumen muslim akan memilih dan mengkonsumsi makanan halal. Mereka bukan saja harus mengkonsumsi makanan yang aman secara fisik, tetapi juga makanan yang aman secara keyakianan, yaitu makanan halal. Ketentuan makanan halal dalam ajaran Islam sangat mempengaruhi semua konsumen muslim dalam menentukan makanan yang akan dikonsumsinya. Para pemasar dan produsen makanan sangat mengetahui hal tersebut, sehingga para produsen juga ingin diketahui oleh para konsumen bahwa produk makanannya adalah halal dan sesuai dengan ketentuan syariah islam. Para konsumen muslim tentu tidak memiliki kemampuan untuk menilai apakah makanan tersebut halal, oleh sebab itu perlu lembaga pemerintah yang melakukan sertifikasi untuk menentukan kehalalan suatu produk makanan. Lembaga tersebut adalah LPPOM-MUI (Ujang Sumarwan, 2011: 210-212).

4. Pemahaman Label Halal

a. Pemahaman

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Pemahaman adalah sesuatu hal yang kita pahami dan kita mengerti dengan benar. Pemahaman menurut Sadiman adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan sesuatu dengan caranya sendiri tentang pengetahuan yang pernah diterimanya. Suharsimi menyatakan bahwa pemahaman

(*comprehension*) adalah bagaimana seorang mempertahankan, membedakan, menduga (*estimates*), menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan (<http://www.duniapelajar.com>).

b. Label

Label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa tentang keterangan-keterangan tentang produk tersebut (Fajar Laksana, 2008 : 83). Label merupakan ciri lain dari produk yang perlu diperhatikan. Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Label bisa merupakan bagian sebuah kemasan, atau merupakan etiket lepas yang ditempelkan pada produk. Sewajarnya jika antara kemasan, label, dan merk terjalin satu hubungan yang erat sekali (Stanton, William J. , 1984 : 282).

Fungsi label, yaitu:

- 1) Label mengidentifikasi produk atau merek.
- 2) Label berfungsi menggolongkan produk.
- 3) Menjelaskan beberapa hal mengenai produk, yaitu siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana harus digunakan, bagaimana cara menggunakan dengan aman.
- 4) Sebagai alat promosi.

Macam-macam label :

- 1) *Brand identifies label*, yaitu label yang semata-mata sebagai brand merek.

- 2) *Grade label*, yaitu label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu suatu barang.
- 3) *Descripting label*, yaitu label yang menggambarkan tentang cara penggunaan, pemeliharaan, dan features lainnya dari pada produk.
(Fajar Laksana, 2008 : 83-84).

c. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at islam. Sertifikasi Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (DPHI, 2011: 32).

Menurut Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI, sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan SJH (Sistem Jaminan Halal) memenuhi standar LPPOM MUI. Menurut DPHI (Direktori Produk Halal Indonesia) Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at islam yaitu:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung khamr dan produk turunannya.
3. Semua bahan asal hewan harus berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari'at islam.

4. Tidak mengandung bahan-bahan lain yang diharamkan atau tergolong najis seperti: bangkai, darah, bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, kotoran dan lain sebagainya.
5. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan alat transportasi untuk produk halal tidak boleh digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya. Jika fasilitas tersebut pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya dan kemudian akan digunakan untuk produk halal maka terlebih dahulu harus dibersihkan sesuai dengan tata cara yang diatur menurut syari'at islam. Penggunaan fasilitas produksi untuk produk halal dan tidak halal bergantian tidak diperbolehkan.

Tujuan Sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetika dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin yang mengkonsumsinya. Selain itu, bagi produsen, sertifikasi halal akan dapat mencegah kesimpang siuran status kehalalan produk yang dihasilkan. Prosedur sertifikasi halal, yaitu:

1. Produsen mendaftarkan seluruh produk yang diproduksinya dalam satu lokasi dan mendaftarkan seluruh pabrik yang menghasilkan produk dengan merek yang sama. Proses maklon (toll manufacturing), jika ada, hendaknya dilakukan di perusahaan yang bersertifikat halal.

2. Setiap produsen yang mengajukan permohonan Sertifikat Halal bagi produknya, harus mengisi formulir yang disediakan. Formulir tersebut berisi informasi tentang data perusahaan, jenis dan nama produk serta bahan-bahan yang digunakan dengan melampirkan:
 - a) Spesifikasi yang menjelaskan asal-usul bahan, komposisi dan alur proses pembuatannya dan/atau Sertifikat Halal untuk bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong, daftar bahan baku dan matrik produk versus bahan serta bagan alir proses pembuatan produk. Sertifikat Halal bagi bahan impor harus berasal dari institusi penerbit sertifikat halal yang diakui oleh LPPOM MUI.
 - b) Sertifikat Halal atau Surat Keterangan Halal dari MUI Daerah (produk daerah) atau Sertifikat Halal dari Lembaga Islam telah diakui oleh LPPOM MUI (produk impor) untuk bahan yang berasal dari hewan dan produk turunannya serta produk komplek lainnya.
 - c) Dokumen Sistem Jaminan Halal yang diuraikan dalam panduan halal beserta prosedur baru pelaksanannya.
3. Tim Auditor LPPOM MUI akan melakukan pemeriksaan/audit ke lokasi produsen setelah formulir beserta lampiran-lampirannya dikembalikan ke LPPOM MUI dan diperiksa kelengkapannya.
4. Hasil pemeriksaan/audit dan hasil laboratorium dievaluasi dalam Rapat Auditor LPPOM MUI. Jika telah memenuhi persyaratan,

maka dibuat laporan hasil audit untuk diajukan kepada Sidang Komisi Fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.

5. Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan.
6. Sertifikat Halal diserahkan oleh LPPOM MUI pada perusahaan setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI dan disetujui oleh MUI.
7. Sertifikasi Halal berlaku selama 2 (dua) tahun sejak tanggal diterbitkan dan harus mengikuti prosedur perpanjangan sertifikat halal untuk mendapatkan sertifikat halal baru. Produk yang telah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI akan diuraikan dalam bentuk “Sertifikat” lengkap dengan penomoran yang diatur oleh LPPOM MUI. Sertifikasi Halal Produk tersebut ditandatangani oleh Ketua Umum MUI, Ketua Komisi Fatwa MUI dan diketahui LP POM MUI (DPHI, 2011: 33).

Cara memilih produk pangan dalam kemasan yang telah dijamin kehalalannya oleh MUI adalah sebagai berikut:

1. Lihat logo Halal MUI di kemasan. Ciri-cirinya adalah:
 - a) Lingkaran luar tertulis “Majelis Ulama Indonesia” (tulisan Latin)
 - b) Lingkaran dalam tertulis: Majlis al-Ulama’ al-Indunisiy (tulisan Arab) dan Halal (tulisan Arab & Latin)
 - c) Di bawah logo biasanya terdapat nomor registrasi.

2. Melihat ada tidaknya Sertifikat Halal MUI.
3. Install aplikasi HALAL MUI (BlackBerry 10) atau PRO HALAL MUI (Android).
4. Sms Tanya Halal. Ketik: HALAL spasi PRODUK/MERK kirim ke 96555. Berlaku bagi pengguna kartu Telkomsel.
5. Lihat di website : www.halalmui.org.
6. Melihat di buku Direktori Halal MUI yg memuat daftar produk & perusahaan yang sudah bersertifikat halal MUI.
7. Berlangganan Majalah Jurnal Halal terbitan LPPOM MUI.
8. Tanya via email ke: sosprolppom@halalmui.org
9. Jika produk pangan olahan tersebut dalam kemasannya telah mencantumkan nomor MD (nomor pendaftaran pada Badan POM yang menunjukkan produk diproduksi di dalam negeri) maka lihat apakah ada label halalnya, jika ada maka kehalalannya sudah terjamin karena untuk dapat diizinkan mencantumkan label halal dalam kemasannya maka harus mendapatkan sertifikat halal dari MUI. Jika tidak ada label halalnya maka berarti kehalalannya belum ada yang menjamin.
10. Untuk produk impor, lihat apakah sudah memiliki nomor ML pada kemasannya, jika sudah perhatikan bahasa yang digunakan dalam kemasan, jika berbahasa Indonesia maka perhatikan label halalnya, jika ada maka kehalalannya sudah terjamin seperti nomor 1 diatas. Untuk produk impor dari negara mayoritas Muslim seperti

Malaysia, perhatikan label halalnya, jika ada berarti kehalalannya sudah ada yang menjamin. Untuk produk impor lainnya, jika tidak ada label halalnya harus dihindari dan kita pun harus berhati-hati apabila produk tersebut berlabel halal tetapi diproduksi oleh negara mayoritas non-Muslim, untuk kasus ini perlu menanyakan keabsahan label halalnya ke LPPOM MUI.

11. Untuk produk pangan hasil industri kecil, biasanya bernomor pendaftaran SP, masih bermasalah karena masih cukup banyak yang mencantumkan label halal walaupun sebetulnya belum mendapatkan sertifikat halal dari MUI, sebagian lagi sudah didasarkan atas sertifikat halal yang diperoleh dari MUI. Hal ini terjadi karena ketidakfahaman industri kecil dalam masalah sertifikasi halal. Oleh karena dibutuhkan pengetahuan kita dalam menilai apakah produk pangan industri kecil ini diragukan kehalalannya atau tidak.

Tips mudah untuk mengetahui apakah izin sertifikat halal sebuah perusahaan dan brand sudah kedaluwarsa atau belum:

1. Logo sertifikat halal MUI berbentuk bulat dan ada tulisan halal dengan bahasa Arab. Jika perusahaan dan brand tersebut memang memiliki izin yang jelas, mereka akan menempelkan logo halal di semua media informasinya.

2. Lihat masa berlaku pada kopi sertifikat halal. Berdasarkan informasi yang dihimpun Republika, tiga nomor izin di belakang kode menunjukkan tahun pembuatan izin sertifikat halal tersebut.
3. Konsumen supaya aktif dalam mencari informasi tentang bahan apa saja yang memang bahan makanan haram. Sebab, banyak bahan kimia haram yang disamarkan dengan nama kimiawi yang asing di telinga masyarakat. (Hafidz Muftisany, 2015)

d. Label Halal

Berdasarkan Peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan menyebutkan label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan. Label halal adalah label yang dicantumkan pada kemasan pangan yang mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal (Departemen Ilmu Teknologi Pangan- IPB, 2010).

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Pasal 10, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.



Gambar 2. Label Halal Resmi MUI

Sumber: www.halalmui.org

Selanjutnya pada Pasal 11 dijelaskan, untuk mendukung kebenaran pernyataan halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Saat ini masih banyak produk terutama makanan dan minuman yang menggunakan label/logo halal palsu di kemasannya. Karena itu umat Islam harus berhati-hati terhadap adanya label tersebut yang merupakan akal-akalan para pengusaha untuk menggaet konsumen Muslim ataupun karena ketidakpahaman akan peraturan yang ada (PusatHalal.com).

Berikut ini jenis-jenis logo halal palsu yang beredar di masyarakat. Logo halal ini merupakan logo halal yang tidak resmi sehingga tidak ada jaminan halal dari pemerintah.



Gambar 3. Logo Halal Palsu

Sumber: <http://v1.rri.co.id>

e. Pemahaman Label Halal

Berdasarkan penjelasan dari konsep pemahaman, konsep label dan konsep label halal, maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman label halal adalah kemampuan seseorang dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan label halal dengan caranya sendiri berdasarkan pengetahuan yang pernah diterimanya. Dalam penelitian ini pemahaman label halal yaitu kemampuan santri dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan label halal berdasarkan pengetahuan yang pernah diterimanya.

Pemahaman santri terhadap label halal dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan ranah kognitif yang merujuk pada Bloom terevisi (Anderson, 2010: 44-45). Ranah kognitif adalah ranah yang mencakup kegiatan mental (otak). Menurut Bloom, segala upaya yang menyangkut aktivitas otak adalah termasuk dalam ranah kognitif. Ranah kognitif berhubungan dengan kemampuan berpikir, termasuk di dalamnya kemampuan mengingat, memahami, mengaplikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mencipta.

Ranah kognitif meliputi kemampuan pengembangan keterampilan intelektual (knowledge) dengan tingkatan-tingkatan yaitu:

1) C1 (mengingat)

Mengingat merupakan kemampuan menarik kembali informasi yang tersimpan dalam memori jangka panjang. Kategori ini

mencakup 2 macam proses kognitif, yaitu: mengenali dan mengingat.

2) C2 (memahami)

Memahami merupakan kemampuan mengkonstruksi makna atau pengertian. Kategori memahami mencakup tujuh proses kognitif, yaitu: menafsirkan, memberi contoh, mengklasifikasikan, meringkas, menarik inferensi, membandingkan dan menjelaskan.

3) C3 (mengaplikasi)

Mengaplikasi merupakan kemampuan menggunakan suatu prosedur guna menyelesaikan masalah atau mengerjakan tugas. Kategori ini mencakup 2 proses kognitif, yaitu: menjalankan dan mengimplementasikan.

4) C4 (menganalisis)

Menganalisis merupakan kemampuan menguraikan suatu permasalahan atau objek ke unsur-unsurnya dan menentukan bagaimana saling keterkaitan antar unsur. Ada tiga macam proses kognitif dalam kategori ini, yaitu: membedakan, mengorganisir dan menemukan proses tersirat.

5) C5 (mengevaluasi)

Mengevaluasi merupakan kemampuan membuat suatu pertimbangan berdasarkan kriteria dan standar yang ada. Ada 2 macam proses kognitif, yaitu: memeriksa dan mengkritik.

6) C6 (mencipta)

Membuat merupakan kemampuan menggabungkan beberapa proses kognitif. Kemampuan yang tergolong kategori ini, yaitu membuat, merencanakan dan memproduksi.

5. Faktor Sosial

Philip Kotler (2009) mengatakan faktor sosial yang mempengaruhi pembelian terdiri atas: kelompok referensi (acuan), keluarga serta peran sosial dan status sosial.

a. Kelompok Referensi/ Acuan

Menurut Ujang Sumarwan (2011:305), sebuah kelompok (*group*) merupakan kumpulan dari dua atau lebih orang-orang yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sam, tujuan tersebut bisa merupakan tujuan individu atau tujuan bersama. Kelompok mempengaruhi proses pembelian dengan dua cara. Pertama, kelompok mempengaruhi pembelian yang dibuat oleh seorang konsumen. Kedua, anggota-anggota kelompok sering kali membuat keputusan bersama-sama sebagai sebuah kelompok.

Kelompok referensi/ acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan sering digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respons afektif, kognitif, dan perilaku. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, kelompok acuan adalah

kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.

b. Keluarga

Menurut Ujang Sumarwan (2011:277), keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Ada dua alasan mengapa mempelajari keluarga adalah penting dari segi perspektif perilaku konsumen. Pertama, berbagai macam produk dan jasa yang dibeli oleh beberapa orang konsumen yang mengatasnamakan sebuah keluarga. Kedua, produk dan jasa yang digunakan oleh keluarga seringkali dibeli oleh seorang anggota (individu), namun pengambilan keputusan pembelian suatu produk atau jasa tersebut dipengaruhi oleh anggota keluarga lain atau diputuskan oleh beberapa anggota keluarga atau diputuskan bersama oleh semua anggota keluarga.

c. Peran dan Status Sosial

Banyak orang berpartisipasi dalam suatu kelompok (keluarga) maupun organisasi. Posisi seseorang dalam suatu kelompok dapat diidentifikasi berdasarkan peran dan statusnya. Peran (role) terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Dan setiap peran mengandung status.

6. Pondok Pesantren

a. Pengertian Pondok Pesantren

Pesantren menurut kamus besar bahasa Indonesia berarti, “asrama tempat santri atau tempat murid-murid belajar mengaji.” Akar kata pesantren berasal dari kata “santri” mendapat awalan “pe” dan akhiran “an”, yang berarti tempat para santri menuntut ilmu. Dalam pemakaian bahasa modern, santri memiliki arti sempit dan arti luas. Dalam pengertian sempit, santri adalah seorang pelajar sekolah agama, sedangkan pengertian yang lebih luas dan umum, santri mengacu pada seorang anggota bagian penduduk jawa yang menganut Islam dengan sungguh-sungguh, rajin shalat, pergi ke masjid pada hari jum’at dan sebagainya.

Setidaknya ditemukan empat teori tentang asal kata santri, yaitu adaptasi dari bahasa Sansekerta, Jawa, Tamil, dan India. Abu Hamid menganggap bahwa perkataan pesantren berasal dari bahasa Sansekerta yang memperoleh wujud dan pengertian tersendiri dalam Bahasa Indonesia. Ia berasal dari kata *sant* yang berarti orang baik dan disambung dengan kata *tra* yang berarti menolong. Jadi *santra* orang baik yang suka menolong. Sedangkan pesantren berati tempat untuk membina manusia menjadi orang baik (Ali Anwar, 2011: 22).

Secara umum pesantren diartikan sebagai tempat tinggal para santri. Istilah lain yang selalu disebut berpasangan dengan pesantren adalah pondok. Secara terminologis, pesantren didefinisikan sebagai

lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari. Perlu dijelaskan bahwa pengertian “tradisional” dalam definisi ini bukan berarti kolot dan ketinggalan zaman, tetapi menunjuk pada pengertian bahwa lembaga ini telah hidup sejak ratusan tahun yang lalu (Muljono Damopolii, 2011: 56).

Pesantren adalah sebuah asrama pendidikan islam tradisional dimana para santrinya tinggal bersama dan belajar dibawah bimbingan seorang (atau lebih) guru yang dikenal dengan sebutan kiai (Mulyono Damopolii, 2011: 67).

b. Sejarah Pondok Pesantren

Sebagai institusi pendidikan Islam yang dinilai paling tua, pesantren memiliki akar transmisi sejarah yang jelas. Orang yang pertama kali mendirikannya dapat dilacak meskipun ada sedikit perbedaan pemahaman. Dikalangan ahli sejarah terdapat perselisihan pendapat dalam menyebytkan pendiri pesantren pertama kali. Sebagian mereka menyebutkan Syaikh Maulana Malik Ibrohim, yang dikenal dengan Syaikh Maghribi, dari Gujarat, India, sebagai pendiri/pencipta pondok pesantren pertama di Jawa. Muh. Said dan Junimar Affan menyebut Sunan Ampel atau Raden Rahmat sebagai pendiri pesantren pertama di Kembang Kuning Surabaya. Bahkan Kiai Machrus Aly menginformasikan bahwa disamping Sunan Ampel (Raden Rahmat)

Surabaya, ada ulama yang menganggap ulama Sunan Gunung Jati (Syaikh Syarif Hidayatullah) di Cirebon sebagai pendiri pesantren pertama.

Data-data historis tentang bentuk institusi, materi, metode maupun secara umum sistem pendidikan pesantren yang dibangun Syaikh Maghribi tersebut sulit ditemukan hingga sekarang. Tidaklah layak untuk segera menerima kebenaran informasi tersebut tanpa verifikasi yang cermat. Namun secara esensial dapat diyakinkan bahwa wali yang berasal dari Gujarat ini memang telah mendirikan pesantren di Jawa sebelum wali lainnya.

Menurut S.M.N. Al-Attas, Maulana Malik Ibrahim itu oleh kebanyakan ahli sejarah dikenal sebagai penyebar pertama Islam di Jawa yang mengislamkan wilayah-wilayah pesisir utara Jawa, bahkan berkali-kali mencoba menyadarkan raja Hindu-Budha Majapahit, Vikramavardhana (berkuasa 788-833/1386-1429) agar sudi masuk Islam. Sementara itu diidentifikasi bahwa pesantren mulai eksis sejak munculnya masyarakat Islam di Nusantara. Akan tetapi mengingat pesantren yang dirintis Maulana Malik Ibrahim itu belum jelas sistemnya, maka keberadaan pesantrennya itu masih dianggap spekulatif dan diragukan.

Berbeda dengan Syaikh maulana Malik Ibrahim sebagai penyebar dan pembuka jalan masuknya Islamdi tanah Jawa, putranya, Raden Rahmat (Sunan Ampel) tinggal melanjutkan misi suci perjuangan

ayahnya kendati tantangan yang dihadapinya tidak kecil. Ketika Raden Rahmat berjuang, kondisi religio-psikologis dan relogio-sosial masyarakat Jawa lebih terbuka dan toleran untuk menerima ajaran baru yang dikumandangkan dari tanah Arab. Ia memanfaatkan momentum tersebut dengan memainkan peran yang menentukan proses islamisasi, termasuk mendirikan pusat pendidikan dan pengajaran, yang kemudian dikenal dengan pesantren Kembang Kuning Surabaya. Bentuk pesantrennya lebih jelas dan lebih konkret dibanding pesantren rintisan ayahnya.

Mengenai teka-teki siapa pendiri pesantren pertama kali di Jawa khususnya, agaknya analisis Lembaga Research Islam (Pesantren Luhur) cukup cermat dan dapat dipegangi sebagai pedoman. Dikatakan bahwa Maula Malik Ibrohim sebagai peletak dasar pertama sendi-sendi berdirinya pesantren, sedang Imam Rahmatullah (Raden Rahmat atau Sunan Ampel) sebagai wali pembina pertama di Jawa Timur. Adapun Sunan Gunung Jati (Syaikh Syarif Hidayatullah) mendirikan pesantren sesudah Sunan Gunung Jati pada 1570 M. Jadi terpaut 103 tahun yang dipandang cukup untuk membedakan suatu masa perjuangan seseorang penyebar Islam. Sebagian ulama yang memandang Gunung Jati sebagai pendiri peantren pertama mungkin saja benar, tetapi khusus di wilayah Cirebon atau secara umum Jawa Barat, bukan di Jawa secara keseluruhan.

Jika benar pesantren telah dirintis oleh syaikh Maulana Malik Ibrahim sebagai penyebar Islam pertama di Jawa maka bisa dipahami apabila para peneliti sejarah dengan cepat mengambil kesimpulan bahwa pesantren adalah suatu model pendidikan yang sama tuanya dengan Islam di indonesia.

Sebagai model pendidikan yang memiliki karakter khusus dalam perspektif wacana pendidikan nasional sekarang ini, sistem pondok pesantren telah mengundang spekulasi yang bermacam-macam. Minimal ada tujuh teori yang mengungkapkan spekulasi tersebut. Teori pertama menyebutka bahwa pondok pesantren merupakan bentuk tiruan atau adaptasi terhadap pendidikan Hindu-Budha sebelum Islam datang di Indonesia. Teori kedua mengklaim berasal dari India. Teori ketiga menyatakan bahwa model pondok pesantren ditemukan di Baghdad. Teori keempat melaporkan bersumber dari perpaduan Hindu-Budha (pra-Muslim di Indonesia) dan India. Teori kelima mengungkapkan dari kebudayaan Hindu-Budha dan Arab. Teori keenam menegaskan dari India dan orang Islam Indonesia. Dan teori ketujuh menilai dari India, Timur Tengah dan tradisi lokal yang lebih tua.

Tujuh teori ini makin mempersulit penarikan kesimpulan tentang asal-usul pesantren. Agaknya pesantren terbentuk atas pengaruh India, Arab, dan tradisi Indonesia sebagai dimaksudkan teori terakhir tersebut. Ketiga tempat ini merupakan arus utama dalam mempengaruhi terbangunnya sistem pendidikan pesantren. Arab sebagai tempat

kelahiran Islam mengilhami segala bentuk pengajaran dan pendidikan Islam. Apalagi seperti penjelasan Ibnu Qayyim Ismail bahwa sebagian ulama Jawa yang pergi haji ke Mekah, ternyata sambil mendalamai ilmu agama sehingga mereka bermukim beberapa tahun di tanah suci ini. Setelah kembali ke Jawa, umumnya mereka mendirikan pesantren. India sebagai kawasan yang menjadi asal-usul pendiri pesantren pertama dan minimal menjadi daerah transit para penyebar Islam masa awal. Sedang Indonesia yang pada saat kehadiran pesantren masih didominasi Hindu-Budha dijadikan pertimbangan dalam membangun sistem pendidikan pesantren sebagai bentuk akulturasi atau kontak budaya.

Pada awal perintisan, pesantren bukan hanya menekankan misi pendidikan, melainkan juga dakwah, justru misis yang kedua ini lebih menonjol. Lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia ini selalu mencari lokasi yang sekiranya dapat menyalurkan dakwaah tersebut tepat sasaran sehingga terjadi bernturan antara nilai-nilai yang dibawanya dengan nilai-nilai yang telah mengakar di masyarakat setempat.

Pesantren berkembang terus sambil menghadapi rintangan demi rintangan. Sikap ini bukan ofensif, melainkan tidak lebih dari defensif; hanya untuk menyelamatkan kehidupannya dan kelangsungan dakwah Islamiyah. Pesantren tidak pernah melakukan konfrontasi sebab orientasi utamanya adalah melancarkan dakwah dan menanamkan

pendidikan. Pada tahap berikut pesantren diterima masyarakat sebagai upaya mencerdaskan, meningkatkan kedamaian dan membantu sosio-psikis bagi mereka. Tidak heran jika pesantren kemudian menjadi kebanggaan masyarakat sekitarnya terutama yang telah menjadi Muslim.

Giliran selanjutnya, pesantren berhadapan dengan tindakan tiran kaum kolonial Belanda. Imperialis yang menguasai Indonesia selama tiga setengah abad ini selain menguasai politik, ekonomi, dan militer juga mengembangkan misi penyebarluasan agama Kristen. Bagi Belanda, pesantren merupakan antitesis terhadap gerak kristenisasi dan upaya pembodohan masyarakat. Belanda mengeluarkan Ordonansi 1905 yang bertugas mengawasi pesantren dan mengatur ijin bagi guru-guru agama yang akan mengajar. Pada 1925 dikeluarkan aturan yang membatasi pada lingkaran kiai tertentu yang boleh memberikan pelajaran mengaji. Pada tahun 1932 keluar lagi aturan yang terkenal dengan Ordonansi Sekolah Liar (*Widde School Ordonantie*) yang berupaya memberantas serta menutup madrasah dan sekolah yang tidak ada izinnya atau memberi pelajaran yang tidak disukai oleh pemerintah.

Kemudian pada awal penjajahan Jepang, pesantren berkonfrontasi dengan imperialis baru ini lantaran penolakan Kiai Hasyim Asy'ari kemudian diikuti kiai-kiai pesantren lainnya terhadap *Saikere* (penghormatan terhadap Kaisar Jepang Tenno Haika sebagai keturunan dewa Amaterasu) dengan cara membungkukan badan 90 derajat

menghadap Tokyo setiap pagi pukul 07.00, sehingga mereka ditangkap dan dipenjara Jepang. Ribuan santri dan kiai berdemonstrasi mendatangi penjara, kemudian membangkitkan dunia pesantren untuk memulai gerakan bawah tanah menentang Jepang.

Demonstrasi yang digelar tersebut menyadarkan pemerintah Jepang betapa besar pengaruh Kiai Tebuireng yang menjadi referensi keagamaan seluruh kiai Jawa dan Madura itu. Kiai Hasyim pun akhirnya dibebaskan dari penjara. Mulai saat ini Japang tidak mengganggu kiai dan pesantrennya.

Kemudian pada masa kemerdekaan, pesantren merasakan nuansa baru. Kemerdekaan merupakan momentum bagi seluruh sistem pendidikan untuk berkembang lebih bebas, terbuka, dan demokratis. Lembaga-lembaga pendidikan tingkat SD, SLP, dan SLA milik pemerintah mulai bermunculan. Proses pendidikan berjalan makin harmonis dan kondusif dengan tidak mengecualikan adanya berbagai kekurangan. Keinginan masing-masing pihak dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dapat dipertemukan. Belenggu pendidikan dapat disalurkan sepenuhnya pada masa kolonial dapat dibongkar setelah proklamasi. Kehausan pendidikan dapat disalurkan sepenuhnya pada masa kebebasan ini. Namun keadaan tersebut justru menjadi pukulan balik bagi pesantren meskipun madrasah-madrasah banyak diminati pelajar. Pesantren-pesantren tidak banyak lagi menjalankan tugasnya, sedangkan madrasah-madrasah berkembang dengan sangat pesat.

Kurun ini merupakan musibah yang paling dahsyat yang mengancam kehidupan dan kelangsungan pesantren. Hanya pesantren-pesantren besar yang mampu menghadapinya dengan mengadakan penyesuaian dengan sistem pendidikan nasional sehingga musibah itu dapat direndam. Maka pesantren-pesantren besar masih bertahan hidup, selanjutnya mempengaruhi bentuk dan membangkitkan pesantren-pesantren kecil yang mati, yang klimaksnya terjadi pada 1950-an. Akhirnya pendidikan yang menjadi andalan Islam tradisional ini pulih kembali.

Kehidupan pesantren relatif normal pada masa Orde Baru., namun pada masa 1970-an bersamaan dengan suburnya sekularisasi, musibah tersebut mengguncang pesantren lagi. Jadi secara umum, pada masa Orde Konstitusional, pesantren dapat hidup dan berkembang dengan baik bahkan belakangan ini berkembang sangat pesat dengan berbagai variasinya. Keadaan yang membaik ini disokong oleh pergeseran strategi dakwah Islam dari pendekatan ideologis ke arah pendekatan kultural. Demikianlah konjungtur kehidupan pesantren yang melewati pengalaman berliku-liku. Berbagai tantangan besar telah dihadapi melalui langkah-langkah strategi sehingga masih mampu bertahan sampai sekarang dan diakui sebagai aset sekaligus potensi pembangunan (Mujamil Qomar, 2005: 7-16).

c. Unsur-unsur Pesantren

Berbagai model pesantren bermunculan, demikian pula variasinya.

Pesantren memiliki unsur-unsur minimal:

- 1) Kiai yang mendidik dan mengajar
- 2) Santri yang belajar
- 3) Masjid

Tiga unsur ini mewarnai pesantren pada awal berdirinya atau bagi pesantren-pesantren kecil yang belum mampu mengembangkan fasilitasnya.

Para pengamat mencatat ada lima unsur: Kiai, santri, masjid, pondok (asrama), dan pengajian. Ada yang tidak menyebut unsur pengajian, tetapi menggantinya dengan unsur ruang belajar, aula, atau bangunan-bangunan lain.

Kiai disamping pendidik dan pengajar, juga pemegang kendali manajerial pesantren. Bentuk pesantren yang bermacam-macam adalah pantulan dari kecenderungan kiai. Kiai disebut alim jika benar-bener memahami, mengamalkan dan menfatwakan kitab kuning. Kiai demikian ini menjadi panutan bagi santri pesantren, bahkan bagi masyarakat Islam secara luas.

Santri merupakan peserta didik atau objek pendidikan, tetapi di beberapa pesantren, santri yang memiliki kelebihan potensi intelektual (santri senior) sekaligus merangkap tugas mengajar santri-santri yunior.

Sikap santri pesantren sekarang ini ada dua macam: pertama, sikap taat dan patuh yang sangat tinggi kepada Kiainya, tanpa pernah membantah. Sikap ini dimiliki santri dan lulusan pesantren *an sich*. Kedua, sikap taat dan patuh sekadarnya, sikap ini ada pada santri yang memperoleh pendidikan umum.

Masjid memiliki fungsi ganda, selain tempat shalat dan ibadah lainnya juga tempat pengajian terutama yang masih memakai metode *sorogan* dan *wetonan* (bandongan). Posisi masjid di kalangan pesantren memiliki makna sendiri. Menurut Abdurrahman Wahid, masjid sebagai tempat mendidik dan menggembeleng santri agar lepas dari hawa nafsu, berada ditengah-tengah komplek pesantren adalah mengikuti model wayang. Di tengah-tengah ada gunungan. Hal ini sebagai indikasi bahwa nilai-nilai kultural masyarakat setempat dipertimbangkan untuk dilestarikan oleh pesantren.

Asrama sebagai tempat penginapan santri, dan difungsikan untuk mengulang kembali pelajaran yang telah disampaikan Kiai atau ustaz. Tatanan bangunan pondok pesantren menggambarkan bagaimana Kiai berada pada depan santri-santri mencari ilmu yang sempurna. Dengan meminjam istilah Ki Hajar Dewantoro, komposisi bangunan pondok pesantren itu melambangkan posisi Kiai sebagai *ing ngarso sung tulodo* (di depan memberi contoh) atau oleh al-Qur'an disebut *uswah hasanah* (contoh yang baik).

Pengajian umumnya mengkaji kitab-kitab Islam klasik kecuali pada pesantren modern tertentu seperti Gontor dan pesantren perkotaan. Unsur-unsur pesantren terus berkembang sesuai dengan laju perkembangan sarana-prasarana (Mujamil Qomar, 2005: 19-22).

d. Fungsi dan Peranan Pesantren

Pesantren berdiri didorong permintaan dan kebutuhan masyarakat. Sehingga pesantren memiliki fungsi yang jelas. Fungsi pesantren pada awal berdirinya sampai dengan kurun sekarang telah mengalami perkembangan. Visi, posisi, dan presepsiya terhadap dunia luar telah berubah. Pesantren pada masa yang paling awal (masa Syaikh Maulana Malik Ibrahim) berfungsi sebagai pusat pendidikan dan penyiaran agama Islam. Kedua fungsi ini bergerak saling menunjang. Pendidikan dapat dijadikan bekal dalam dakwah sedang dakwah bisa dimanfaatkan sebagai sarana dalam membangun sistem pendidikan.

Menurut Ma'shum fungsi pesantren semula mencakup tiga aspek, yaitu fungsi religius (*diniyah*), fungsi sosial (*ijtimaiyyah*), dan fungsi edukasi (*tarbawiyah*). Ketiga fungsi ini masih berlangsung hingga sekarang. Fungsi lain adalah sebagai lembaga pembinaan moral dan kultural, baik dikalangan para santri maupun santri dengan masyarakat.

Dalam masa penjajahan, pesantren berfungsi sebagai pencetak kader bangsa yang benar-benar patriotik; kader yang rela mati demi memperjuangkan bangsa, sanggup mengorbankan seluruh waktu, harta bahkan jiwanya. Pesantren berupaya menumpas segala bentuk dan

unsur penjajahan serta semua pihak yang terlibat baik Portugis, Belanda, Jepang, Inggris, maupun sesama orang Indonesia yang menjadi kaki tangan penjajah baik dari rakyat biasa atau kalangan bangsawan. Oleh karena itu peran paling menonjol dimasa penjajahan adalah dalam menggerakkan, memimpin dan melakukan perjuangan untuk mengusir penjajah. Kemudian ikut memprakarsai berdirinya negara republik Indonesia yang tercinta ini.

Selain itu pesantren berperan dalam berbagai bidang lainnya secara multidimensional baik berkaitan langsung dengan aktivitas-aktivitas pendidikan pesantren maupun diluar wewenangnya. Dimulai dari upaya mencerdaskan bangsa, hasil berbagai observasi menunjukkan bahwa pesantren tercatat memiliki peranan penting dalam sejarah pendidikan di tanah air dan telah banyak memberikan sumbangan dalam mencerdaskan rakyat.

Pesantren juga terlibat langsung menanggulangi bahaya narkotika. Pondok pesantren Suryalaya sejak 1972 telah aktif membantu pemerintah dalam masalah pemerintah dengan mendirikan lembaga khusus untuk menyembuhkan korbannya yang disebut “Pondok Remaja *Inabah*”. Bahkan salah satu pesantren di Jawa Timur, seorang kiai mendirikan sebuah SMP, untuk menghindarkan penggunaan narkotika dikalangan santri yang asalnya putra-putri mereka disekolahkan diluar pesantren (Mujamil Qomar, 2005: 22-25).

e. Tujuan Pendidikan Pesatren

Berdasarkan tujuan pendiriannya, pesantren hadir dilandasi sekurang-kurangnya oleh dua alasan: pertama, pesantren dilahirkan untuk memberikan respon terhadap situasi dan kondisi sosial suatu masyarakat yang tengah dihadapkan pada runtuhnya sendi-sendi moral, melalui transformasi nilai yang ditawarkan (*amar ma'ruf* dan *nahi munkar*). Kedua, salah satu tujuan didirikannya pesantren adalah untuk menyebarluaskan informasi ajaran tentang universalitas Islam ke seluruh pelosok nusantara yang berwatak pluralis, baik dalam dimensi kepercayaan, budaya maupun kondisi sosial masyarakat.

Dari paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan pendidikan pesantren adalah menciptakan dan mengembangkan kepribadian Muslim, yaitu kepribadian yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan, berakhlak mulia, bermanfaat atau berkhidmat kepada masyarakat dengan jalan menjadi kawula atau abdi masyarakat, mampu berdiri sendiri, bebas dan teguh dalam kepribadian, menyebarkan agama atau menegakkan Islam di tengah-tengah masyarakat dan mencintai ilmu dalam mengembangkan kepribadian yang *muhsin* tidak sekedar Muslim.

f. Eksperimentasi Ilmu di Pesantren

Selain menyelenggarakan pengajian, pesantren juga memacu para santrinya untuk mengaplikasikan ilmu dari hasil pengajiannya itu dalam kehidupan sehari-hari. Apa yang telah diperoleh para santri dari hasil

pengajiannya diaplikasikan secara langsung dibawah bimbingan dan pengawasan para ustاد dan pengasuh pesantren. Para santri tidak jarang dilibatkan secara langsung dalam unit-unit kegiatan pesantren, seperti dalam unit pengelolaan koperasi pesantren, dakwah sosial dan unit-unit kerja pesantren lainnya.

Sebagai contoh misalnya, di Pesantren Kajen yang diasuh oleh KH. Sahal Mahfudz, para santri dilibatkan secara aktif dalam berbagai unit kegiatan pesantren, dari mulai pengelolaan rumah sakit, bank syariah, asuransi, koperasi dan lain-lain (Amin Haedari & Abdullah Hanif, 2004: 182).

7. Makanan Kemasan

Kamus besar bahasa Indonesia mendefinisikan kemasan yaitu teratur, rapi dan bersih. Undang-undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan mendefinisikan kemasan yaitu bahan yang digunakan untuk mewadahi dan atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak. Berdasarkan definisi di atas, maka makanan kemasan adalah makanan yang dibungkus dengan rapi bersih dan mempunyai masa kadaluarsa untuk dijual dalam jangka waktu yang bisa diperkirakan.

Bahan yang digunakan untuk membuat pembungkus kemasan juga diatur dalam Undang-undang tentang Pangan Pasal 16 ayat (1) menyatakan setiap orang yang memproduksi pangan untuk diedarkan dilarang menggunakan bahan apapun sebagai kemasan pangan yang dinyatakan

terlarang dan atau yang dapat melepaskan cemaran yang merugikan atau membahayakan kesehatan manusia.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Roselina Ni Putu Novia Mandasari dan I Nyoman Nurcaya, 2013 (Fakultas Ekonomi Universitas Udayana UNUD, Bali) yang berjudul “Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Mobil Toyota Agya di Kota Denpasar”. Hasil analisis penelitian ditemukan bahwa sikap terhadap atribut Mobil Toyota Agya berpengaruh signifikan terhadap niat beli Mobil Toyota Agya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap terhadap atribut seperti desain mobil, citra merek atau *brand*, harga, dan pilihan warna akan meningkatkan niat beli. Demikian pula norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli Mobil Toyota Agya. Hal ini menunjukkan semakin besar norma subyektif (pengaruh orang lain) seperti pengaruh atau pendapat orang tua, teman dekat dan rekan bisnis dalam sebuah pembelian juga akan meningkatkan niat beli.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas sikap konsumen dan norma subjektif. Sementara pada penelitian ini menggunakan variabel bebas pemahaman label halal dan faktor sosial. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang niat

membeli. Pada penelitian sebelumnya pada niat membeli mobil Toyota Agya, sementara pada penelitian ini niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Kedua, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012 oleh Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin yang berjudul “Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim”. Berdasarkan hasil perhitungan Analisis Korelasi Product Moment, diketahui bahwa pencantuman label halal pada kemasan mie instan berpengaruh sangat signifikan terhadap minat pembelian mahasiswa. Dari penelitian ini diketahui bahwa pencantuman label halal memberikan pengaruh sebesar 31,1% terhadap minat beli.

Perbedaan penelitian terletak pada variabel bebas yaitu pada penelitian sebelumnya hanya ada satu variabel bebas yaitu pencantuman label halal, sedangkan pada penelitian ini ada dua variabel bebas yaitu pemahaman label halal dan faktor sosial. Persamaan penelitian terletak pada variabel terikatnya, yaitu sama-sama meneliti tentang niat membeli. Pada penelitian sebelumnya niat membeli mie instan sementara pada penelitian ini niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Ketiga, Yeni Susanti dan Tri Gunarsih (2008) dalam *National Conference on Management Research* ISBN: 979-442-242-8 Makassar, yang berjudul “Pengaruh Sikap terhadap perilaku, Faktor Sosial dan Kontrol Keperilakuan yang dirasakan terhadap Minat Pembelian Tiket Pesawat secara Online”. Dari hasil analisis regresi linier berganda, sikap terhadap perilaku berpengaruh secara positif terhadap minat, faktor sosial berpengaruh secara positif terhadap

minat. Sedangkan kontrol keprilakuan yang dirasakan tidak berpengaruh secara positif terhadap minat. Model regresi mengenai pengaruh sikap terhadap perilaku, faktor sosial dan kontrol keprilakuan yang dirasakan terhadap minat signifikan secara statistik.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu variabel independentnya, pada penelitian sebelumnya menggunakan 3 variabel yaitu Pengaruh Sikap terhadap perilaku, Faktor Sosial dan Kontrol Keprilakuan yang dirasakan, sedangkan pada penelitian ini hanya 2 variabel yaitu pemahaman label halal dan faktor sosial. Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti perilaku konsumen sampai pada tahap niat, yaitu niat membeli.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Arfiana Safitri (2013) yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Mengkonsumsi Daging Halal”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran religi atas produk halal dan kesadaran religi atas produk halal berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat berperilaku mengkonsumsi dagang halal.

Perbedaan penelitian terletak pada variabelnya. Pada penelitian sebelumnya terdapat dua variabel bebas yaitu norma sujektif dan kontrol perilaku, serta dua variabel terikat yaitu kesadaran religi atas produk halal dan niat mengkonsumsi daging halal. Pada penelitian ini variabel bebasnya pemahaman label halal dan faktor sosial. Persamaannya variabel (Y) sama-sama tentang niat berperilaku. Pada penelitian sebelumnya niat berperilaku

mengkonsumsi daging halal, sementara penelitian ini niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2010: 91). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Berdasarkan landasan teori diatas, maka diperlukan analisa mengenai bagaimana pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Hubungan antara pemahaman label halal dan faktor sosial dengan niat membeli makanan kemasan berlabel halal merupakan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent. Sebagai variabel independent (bebas) adalah pemahaman label halal dan faktor sosial, dan sebagai variabel dependent (terikat) dalam penelitian ini adalah niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

a. Pengaruh Pemahaman Label Halal terhadap Niat Membeli

Label halal melindungi konsumen dari keraguan dalam menggunakan produk, terutama bagi konsumen muslim. Label halal menjadi sumber informasi dari kualitas produk, dari adanya label halal konsumen dapat memperoleh informasi bahwa produk tersebut dijamin kehalalannya oleh pihak penjamin label halal yaitu MUI kalau di Indonesia.

Dalam hal ini label halal sebagai kontrol tumbuhnya niat dalam diri individu. Kontrol perilaku ini dipengaruhi oleh faktor pendukung dan penghambat untuk menumbuhkan niat. Faktor pendukung didasarkan pada pengalaman dan informasi. Informasi diperoleh dari pengetahuan di dalam diri individu dan orang lain disekitarnya. Pemahaman label halal termasuk pengetahuan individu dari informasi yang menjadi faktor pendukung kuatnya kontrol perilaku yang dirasakan individu. Kontrol perilaku yang kuat akan menghasilkan niat yang kuat. Jadi dengan paham label halal akan mempengaruhi niat membeli konsumen.

b. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Niat Membeli

Dharmmesta (1998) menjelaskan keterkaitan faktor sosial dengan minat membeli terletak pada pengaruh sosial (keluarga, teman atau sahabat dan tetangga) yang memotivasi atau mempengaruhi sikap konsumen untuk berniat melakukan atau tidak melakukan pembelian sebuah produk. Philip Kotler (2009) mengatakan faktor sosial yang mempengaruhi pembelian terdiri atas: kelompok referensi (acuan), keluarga serta peran sosial dan status sosial. Norma subjektif sebagai tekanan sosial yang dirasakan individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang mempengaruhi niat individu. Tekanan sosial individu berasal dari faktor sosial individu.

Norma subjektif ditentukan oleh keyakinan normatif dan keinginan untuk mengikuti. Keyakinan normatif berkenaan dengan harapan-harapan individu terhadap orang dan kelompok yang berpengaruh dan berada

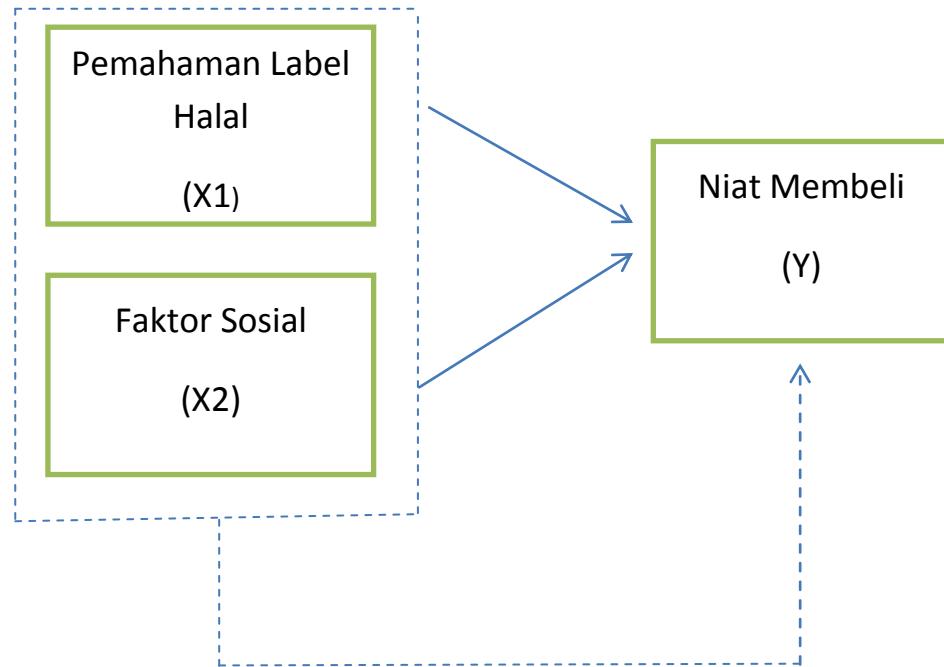
disekitar individu. Norma subjektif mempengaruhi niat. Dalam penelitian ini, santri mempunyai keyakinan dan motivasi untuk ikut apa yang biasa dilakukan oleh orang-orang ataupun kelompok yang dekat dengannya, seperti keluarga serta orang yang hidup bersamanya yaitu santri serta ustadz.

Di pondok pesantren Al Barokah terdapat norma dan peraturan yang mengatur santri harus menggunakan serta mengkonsumsi hal-hal yang halal, serta larangan mengkonsumsi yang haram. Bahkan terdapat aturan dilarang *mengghoshob* (memakai barang yang bukan miliknya). Perbuatan mengghoshob hukumnya *subhat* (belum jelas antara halal dan haram), yang *subhat* saja dilarang, apalagi yang haram.

Santri terbiasa hidup dengan peraturan, yang tanpa disadari akan menjadi kebiasaan. Para ustadz tidak hanya mengajarkan hal-hal yang baik, tetapi juga dengan mencontohkannya, karena santri dan ustadz hidup bersama dalam satu pesantren, sehingga ustadz bisa mencontohkan berbagai hal yang baik secara lebih nyata. Dalam penelitian ini karena objek penelitian akan dilakukan di pondok pesantren sehingga faktor sosial yang sesuai yaitu kelompok referensi, keluarga serta peran dan status sosial santri.

Kerangka pemikiran penelitian dijelaskan pada gambar 3.

Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric dengan data (Sugiyono, 2010: 96).

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori, kerangka berpikir diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ha₁: Pemahaman label halal berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Ho₁: Pemahaman label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Ha₂: Faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Ho₂: Faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Ha₃: Pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

Ho₃: Pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal assosiatif yakni penelitian yang bertujuan untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas), yaitu : pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap variabel dependen yakni niat membeli. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrument untuk mengukurnya. Penelitian kuantitatif banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar, atau tampilan lain.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Al-Barokah pada santri yang juga berstatus sebagai mahasiswa yang beralamat di Blunyahrejo TR II/1107, Karangwaru, Tegalrejo, Yogyakarta pada bulan Mei 2015. Penulis memilih Pondok Pesantren Al-Barokah sebagai lokasi penelitian karena Pondok Pesantren Al-Barokah yang diasuh oleh KH. Rosim Al-Fatih, Lc. adalah pesantren yang berusaha mentransformasikan Islam tradisional dalam menghadapi tantangan global dengan tetap berpegang terhadap Al Qur'an dan

Hadits, serta tidak menafikan perkembangan pemikiran saat ini. Pondok ini termasuk pondok semi modern, karena disamping masih mempertahankan tradisi salaf, juga masih menerima pemikiran ulama kontemporer. Sehingga pemikiran santri tidak kolot dan kaku hanya berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits, namun juga mengikuti perkembangan jaman dan arus globalisasi dengan tidak bertolak dengan Al-Qur'an, hadits, qiyas, serta ijma' ulama termasuk fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia).

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2010:117). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Semua Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Barokah. Santri pondok pesantren Al-Barokah juga berstatus sebagai mahasiswa, mereka menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang ada di Jogja. Jadi selain nyantri mereka juga kuliah di perguruan tinggi di Yogyakarta seperti: UGM, UNY, UIN Sunan Kalijaga, AMIKOM, UPN Veteran, STTP, UII, UMY, Poltekkes, AMY, Alma Ata dan LPP.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2010:118). Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono 2010:120), dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *simple random sampling*,

yaitu pemilihan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Populasi berjumlah 170 orang. Sampel diambil dengan menggunakan rumus dari Nomogram Harry King, dengan tingkat kesalahan 5% atau kepercayaan 95%, maka sampel yang diambil adalah $0,60 \times 170 \times 1,195 = 121,89$ dibulatkan menjadi 122 orang.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010:60-62).

Dalam penelitian ini X1 dan X2 sebagai variabel independen, X1 yaitu pemahaman label halal dan X2 yaitu faktor sosial. Y sebagai variabel dependen, yaitu Y = niat membeli.

2. Definisi Operasional

a. Pemahaman Label Halal

Yang dimaksud pemahaman label halal dalam penelitian ini adalah pemahaman santri terhadap label halal MUI. Pemahaman sendiri adalah kemampuan dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau

menyatakan suatu objek berdasarkan pengetahuan yang telah diterimanya. Sementara label halal adalah label yang dicantumkan pada kemasan pangan yang mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal (Departemen Ilmu Teknologi Pangan- IPB, 2010). Jadi pemahaman label halal dalam penelitian ini adalah kemampuan santri dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan label halal MUI berdasarkan pengetahuan yang pernah diterimanya. Pemahaman label halal diukur menggunakan tes soal pilihan ganda tentang label halal, dengan indikator pemahaman terhadap: definisi label halal, fungsi label halal, label halal resmi, sertifikasi halal dan lembaga yang menerbitkan label halal resmi di Indonesia. Pengukuran hasil penelitian menggunakan skoring yaitu jika benar 1, jika salah 0.

b. Faktor Sosial

Yang dimaksud faktor sosial dalam penelitian ini adalah tekanan sosial yang berkenaan dengan keyakinan dan keinginan individu untuk mengikuti orang dan kelompok yang berpengaruh serta berada disekitar individu. Faktor sosial santri yaitu tekanan sosial yang berasal dari orang-orang dan kelompok serta hal-hal lain yang berada disekitar santri dan mempengaruhinya. Dalam penelitian ini faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga serta peran dan status sosial santri. Pengukuran hasil penelitian menggunakan skala likert dengan cara skoring.

c. Niat Membeli

Niat merupakan sebuah rencana seseorang akan berperilaku pada situasi tertentu dengan cara-cara tertentu baik seseorang akan melakukannya atau tidak. Dalam penelitian ini, niat membeli yaitu rencana santri dalam membeli makanan kemasan berlabel halal. Indikator niat membeli meliputi: tertarik untuk mencari informasi, mempertimbangkan untuk membeli, tertarik untuk mencoba, ingin mengetahui produk dan ingin memiliki produk. Pengukuran hasil penelitian menggunakan skala likert dengan cara skoring.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer yaitu merupakan data yang diperolah langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisioner atau angket. Kuisioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Instrument pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Kuesioner

kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup. Pernyataan pada kuesioner berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengeraannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang disesuaikan.

Skala pengukuran untuk variabel pemahaman label halal menggunakan tes objektif pilihan ganda dengan pilihan alternatif jawaban

a-d. Soal terdiri dari 10 pertanyaan, jawaban benar dari setiap nomor akan mendapat skor 1 dan jawaban salah akan mendapat skor 0. Sementara variabel faktor sosial dan niat membeli dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Setiap butir pertanyaan disertai empat jawaban dengan menggunakan skor nilai. (Syofian Siregar, 2010: 138).

Skala Likert akan menghasilkan data yang bersifat interval. Dengan skala likert maka, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak menyusun butir-butir instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata. Jawaban dari setiap butir instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Menurut Zainal Mustafa EQ (2013: 79) perihal banyaknya alternatif pilihan jawaban, telah berkembang sehingga ada peneliti yang tidak menggunakan lima jenjang tetapi dikurangi menjadi empat jenjang dengan tujuan untuk mengurangi bias kecenderungan pilihan ditengah (netral), sehingga beberapa peneliti telah memodifikasi alternatif jawaban, yaitu menggunakan jenjang 4 (jawaban netral dihilangkan).

Tabel 1. Skala Likert beserta Skornya

Alternatif jawaban	Skor pertanyaan positif	Skor pertanyaan negatif
SS (Sangat setuju)	4	1
S (setuju)	3	2
TS (Tidak setuju)	2	3
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	4

Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap santri pondok pesantren Al-Barokah sesuai dengan sampel yang telah ditetapkan. Kisi-kisi kuesioner yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Kisi-kisi Pertanyaan

No.	Variabel	Indikator	Nomor butir
1	Pemahaman Label halal (X1)	Sertifikasi halal	1, 2
		Definisi label halal	4, 5
		Fungsi label halal	6, 7
		Label halal resmi di Indonesia	3, 8
		Lembaga yang menerbitkan label halal di Indonesia	9,10
2	Faktor sosial (X2)	Kelompok referensi	1, 2, 5*
		Keluarga	3, 4, 9*
		Peran dan status sosial santri	6, 7, 8*
3	Niat membeli (Y)	Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk	1, 2, 3*
		Mempertimbangkan untuk membeli	4, 5, 6*
		Tertarik untuk mencoba	7, 8, 9*
		Ingin mengetahui produk	10, 11, 12*
		Ingin memiliki produk	13, 14, 15*

*) : Butir pertanyaan negatif

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Tes Pamahaman Label Halal

INDIKATOR	NOMOR ITEM					
	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Sertifikasi halal	2		1			
Definisi label halal	3			4		
Fungsi label halal		6			5	
Label halal resmi	7	8				
Lembaga yang menerbitkan label halal di Indonesia				9	10	

2. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dijelaskan sebagai suatu cara memperoleh informasi melalui benda-benda tertulis, seperti buku, majalah dan peraturan-peraturan yang ada dan berhubungan dengan Pondok Pesantren Al-Barokah. Dokumentasi dilakukan guna memperoleh data untuk mendeskripsikan tentang pondok pesantren Al Barokah.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan guna memperoleh data keadaan dan kondisi pendidikan di pondok pesantren Al Barokah, serta kondisi dan keadaan santri. Data keadaan dan kondisi pendidikan dilakukan wawancara kepada sige pendidikan, sementara data kondisi dan keadaan santri dilakukan wawancara kepada sekertaris.

F. Uji Coba Instrumen

1. Uji Validitas Soal Tes

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen melakukan fungsi ukurnya. Tinggi rendahnya validitas instrumen

menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Butir soal yang dianalisis bersifat dikotomi, yaitu mempunyai dua macam angka atau skor. Skor 1 untuk jawaban benar dan skor 0 diberikan untuk jawaban yang salah. Maka untuk menghitung validitas butir soal digunakan *point biserial*, yaitu:

$$Y_{phi} = \frac{Mp - (Mt)}{St} \sqrt{\frac{p}{q}}$$

Keterangan:

- Y_{phi} : koefisien korelasi biserial
- M_p : rata-rata skor dari subjek yang menjawab benar bagi item yang dicari validitasnya
- M_t : rata-rata skor total
- p : proporsi responden yang menjawab benar
- q : proporsi responden yang menjawab salah ($q = 1-p$)

(Suharsini Arikunto, 2012: 93)

Instrumen variabel pemahaman label halal yang berupa tes dikembangkan menjadi 10 butir soal. Uji validitas dengan menggunakan program ANBUSHO (analisis butir soal). Analisis butir soal digunakan untuk mengetahui kualitas soal angket pemahaman label halal. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan bantuan *Software Anbuso Release 04,4.*

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan program Anbuso, terdapat 7 butir soal dalam kategori baik dan 3 butir soal dalam kategori cukup baik.

Tabel 4. Uji Validitas Butir Soal

No.	Status Butir	Nomor Butir Soal	Jumlah
1.	Baik	1, 2, 5, 6, 7, 8, 10	7
2.	Cukup Baik	3, 4, 9	3

Butir soal dengan status baik dikatakan valid dalam artian bisa digunakan, sementara butir soal dengan status cukup baik, direvisi lagi agar dapat digunakan.

a. Taraf Kesukaran

Taraf kesukaran soal digunakan untuk menilai apakah soal tersebut dikatakan baik atau tidak. Adapun klasifikasi taraf kesukaran soal disajikan dalam tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 5. Klasifikasi Kesukaran Soal

Kriteria	Kategori
< 0,30	Soal sukar
0,30 - 0,70	Soal sedang
>0,70	Soal mudah

Sumber: (Ali Muhson, 2011)

Suharsini Arikunto (2010: 210) menjelaskan bahwa taraf kesukaran suatu item yang baik dalam sebuah instrumen adalah soal yang tidak terlalu mudah atau tidak terlalu sukar.

b. Daya Pembeda

Daya pembeda dianalisis untuk mengetahui kemampuan suatu soal dalam membedakan antara responden yang berpengetahuan tinggi dan responden yang berpengetahuan rendah tentang label halal. Adapun kriteria nilai daya pembeda soal dilihat dalam tabel 7 berikut.

Tabel 6. Kriteria Nilai Daya Pembeda

Kriteria	Kategori	Keterangan
<0,20	Tidak baik	Harus diganti
0,20-0,30	Cukup baik	Perlu diperbaiki
>0,30	Baik	Dapat dipakai

Sumber: (Ali Muhson, 2011)

c. Faktor Pengecoh/*Distractor*

Faktor pengecoh /*distractor* perlu diuji untuk mengetahui bagaimana pengecoh-pengecoh berfungsi baik atau tidak. Suatu *distractor* bisa dikatakan berfungsi baik apabila paling sedikit dipilih oleh 5% responden. Jadi mereka yang terkecoh adalah mereka yang berkemampuan sedang atau dibawah rata-rata.

2. Uji Reliabilitas Soal Tes

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keadaan instrumen atau alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika alat tersebut menghasilkan hasil yang konsisten, sehingga instrumen ini dapat dipakai karena dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda. Untuk menguji reliabilitas digunakan rumus K-R 20, karena instrumen berbentuk tes sehingga skor yang dihasilkan adalah 1 dan 0. Rumus K-R 20 adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(\frac{S^2 - \sum pq}{S^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas tes secara keseluruhan

p = proporsi subjek yang menjawab item dengan benar

q = proporsi subjek yang menjawab item dengan salah ($q = 1 - p$)

$\sum pq$ = Jumlah hasil perkalian antara p dan q

n = banyaknya item

S = standar deviasi dari tes (standar deviasi adalah akar varians)

(Suharsini Arikunto, 2012: 115)

Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Alpha* lebih dari 0,600. Jadi apabila nilai koefisien *Alpha* kurang dari 0,600 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel. Dari hasil analisis didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Reliabilitas Butir Soal

No.	Variabel	K-R 20	Status
1.	Pemahaman Label Halal	0,627	Reliabel

3. Uji Validitas Angket

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment yang dikemukakan oleh Karl Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi X dan Y

N = Banyaknya subjek

ΣXY = Skor hasil perkalian X dan Y

ΣX = Jumlah X

ΣX^2 = Jumlah kuadrat X

ΣY = Jumlah Y

ΣY^2 = Jumlah kuadrat Y

(Suharsini Arikunto, 2013: 213)

Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas tinggi apabila r lebih besar atau sama dengan 0,3. Jadi kalau korelasi antara butir

dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid atau tidak sah (Sugiyono, 2007: 188).

Hasil dari uji validitas instrumen yang dilakukan kepada 30 responden setelah dilakukan perhitungan menggunakan SPSS 17, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Angket

Variabel	Item Valid	Item Gugur	No. Item
Faktor Sosial	1,2,3,4,5,6,7,8,9	0	0
Niat Membeli	1,2,3,4,5,7,8,9,10,11,12,13,14,15	1	6

Sumber: data primer yang diolah, 2015

4. Uji Reliabilitas Angket

Instrument dikatakan reliable apabila instrument tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Instrument yang reliable adalah instrument yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Instrument tersebut cukup baik apabila mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha* Cornbath dengan taraf signifikansi 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k - 1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = Reliabilitas instrument
- k = Jumlah butir pertanyaan
- $\Sigma \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

$$\sigma_1^2 = \text{Jumlah varian total}$$

(Suharsini Arikunto, 2013: 239)

Jika koefisien alpha lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%, maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel. Dan sebaliknya, jika koefisien alpha lebih kecil dari r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%, maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Instrument dikatakan reliable jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} instrumen dikatakan tidak reliable atau nilai r_{hitung} dikonsultasikan dengan tabel interpretasi r dengan ketentuan dikatakan reliabel jika $r_{hitung} \geq 0,0600$.

Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan r_{hitung} dengan r_{table} . Apabila $r_{hitung} > r_{table}$ maka instrument dinyatakan reliabel dan jika sebaliknya maka dinyatakan tidak reliabel.

Hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan dengan 30 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Angket

Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
Faktor Sosial	0,816	Reliabel
Niat Membeli	0,831	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2015

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan tentang gambaran yang diteliti berdasarkan data dari variabel yang diperoleh, dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis. Penyajian hasil

analisis deskriptif biasanya berupa frekuensi dan presentase, tabulasi silang, berbagai bentuk grafik dan chart pada data yang bersifat kategorikal, serta berupa statistik-statistik kelompok seperti nilai rata-rata (*mean*) (Saifuddin Azwar, 2004: 126). Dalam penelitian ini, hasil analisis deskriptif akan disajikan dalam bentuk tabel dan diagram, hal tersebut akan mempermudah pembaca.

Pengkategorian skor dari masing-masing variabel. Skor kemudian dikelompokan ke dalam tiga kategori. Pengkategorian dilakukan berdasarkan *mean* (M) dan standar deviasi (SD) pada variabel tersebut. Saifuddin Azwar (2012: 149) membagi kecenderungan tiap variabel menjadi tiga kategori sebagai berikut:

Tabel 10. Pedoman Pengkategorian

No	Kategori	Skor
1	Tinggi	$X \geq M + SD$
2	Sedang	$M - SD \leq X < M + SD$
3	Rendah	$X < M - SD$

Keterangan:

M (Mean Ideal) = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

SD (Standar Deviasi Ideal) = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi – skor terendah)

X = Skor yang dicapai santri mahasiswa

2. Analisis Inferensial

“Pengelolaan data pada tingkat inferensial dimaksudkan untuk mengambil kesimpulan dengan pengujian hipotesis” (Saifuddin Azwar, 2004: 132). Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis.

a. Pegujian Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis tersebut berdistribusi normal atau tidak. Jika data tidak berdistribusi normal maka tidak dapat menggunakan analisis parametrik sebagai alat analisisnya, akan tetapi disarankan untuk menggunakan alat analisis nonparametrik. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan system aplikasi *SPSS versi 17*. Jika nilai *Asymp. Sig.* Lebih dari atau sama dengan 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal (Ali Muhsan, 2012: 19-21).

2) Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linearitas menggunakan uji F, kita lihat hasil uji F untuk baris Deviation From Linearity. Jika nilai sig F kurang dari 0,05 maka hubungannya tidak linear. Sedangkan jika nilai sig F lebih dari atau sama dengan 0,05 maka hubungannya bersifat linear (Ali Muhsan, 2012: 22-24). Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS versi 17*.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi ganda yaitu untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas terjadi multikolinieritas atau tidak. Teknik statistik

yang digunakan adalah korelasi product moment dari Pearson.

Adapun rumusnya:

$$r_{x_1x_2} = \frac{N\Sigma X_1 X_2 - (\Sigma X_1)(\Sigma X_2)}{\sqrt{(N\Sigma X_1^2 - (\Sigma X_1)^2)(N\Sigma X_2^2 - (\Sigma X_2)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{x_1x_2}$ = Koefisien korelasi antara X_1 dan X_2

ΣX_1 = Jumlah variabel X_1

ΣX_2 = Jumlah variabel X_2

$\Sigma X_1 X_2$ = Jumlah perkalian antara X_1 dan X_2

$(\Sigma X_1)^2$ = Jumlah variabel X_1 dikuadratkan

$(\Sigma X_2)^2$ = Jumlah variabel X_2 dikuadratkan

N = Responden

(Suharsini Arikunto, 2010:213)

Harga interkorelasi antar variabel bebas bila sama dengan atau lebih besar dari 0,600 berarti terjadi multikolinieritas. Kesimpulannya jika terjadi multikolinieritas antar variabel bebas maka uji korelasi ganda tidak dapat dilanjutkan. Akan tetapi jika tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas maka uji korelasi ganda dapat dilanjutkan (Danang Sunyoto, 2007: 80).

4) Uji Homosedastisitas

Uji homosedastisitas merupakan alat analisis statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui homogenitas varians error untuk setiap nilai variabel bebasnya. Ada berbagai macam uji homosedastisitas di

antaranya adalah *Bartlett Test*, *Glesjer Test*, *Park test*, *Goldfield & Quant Test*, *Rho Spearman Test*, dan sebagainya. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Park test* dengan menggunakan system aplikasi SPSS. (Ali Muhson, 2005: 61).

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan setelah memenuhi persyaratan analisis maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis yaitu untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi, karena variabel bebas lebih dari satu variabel maka digunakan persamaan regresi linear berganda. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Niat membeli

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisien korelasi pemahaman label halal

b_2 = koefisien korelasi faktor sosial

X_1 = pemahaman label halal

X_2 = faktor sosial

(Suharsini Arikunto, 2013: 344)

Analisis regresi linear berganda menggunakan program *SPSS versi 17*, berikut langkah-langkah dalam analisis:

1) Mencari Koefisien Determinan (R^2)

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka kita mencari nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 adalah antara nol dan satu ($0 \leq R \leq 1$). Jika nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Jika nilai R^2 adalah nol, menunjukkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat (Wahid Sulaiman, 2004:86).

2) Uji Simultan (Uji F)

Untuk melihat bagaimana pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat maka kita melakukan uji F. Sehingga kita dapat mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis ketiga. Jika nilai sig F kurang dari 0,05 maka nilai hipotesis diterima, jika sebaliknya maka hipotesis ditolak (Ali Muhsin, 2009:4).

3) Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat maka kita melakukan uji t. Sehingga kita dapat mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis satu dan dua. Jika nilai sig t kurang dari 0,005 maka hipotesis diterima, jika sebaliknya maka hipotesis ditolak (ali Muhsin, 2009: 5).

4) Menghitung Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

a) Sumbangan Relatif

Sumbangan relatif adalah presentase perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel-variabel bebas yang lain. Sumbangan relatif menunjukkan seberapa besar sumbangan secara relatif setiap prediktor terhadap kriteria untuk keperluan prediksi.

Rumus:

$$SR\% = \frac{a\Sigma xy}{JK_{reg}} \times 100\%$$

Keterangan:

SR% = sumbangan relatif dari suatu prediktor

a = koefisien prediktor

Σxy = jumlah produk antara X dan Y

JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi

(Sutrisno Hadi, 2004: 42)

Sumbangan relatif sebesar 100% yang menunjukkan perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel bebas kepada variabel terikat untuk keperluan prediksi.

b) Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan efektif adalah sumbangan predictor yang dihitung dari keseluruhan efektifitas regresi yang disebut sumbangan efektif regresi. Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan secara efektif setiap prediktor

terhadap kriterium dengan tetap memperhitungkan variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Rumus:

$$SE\% = SR\% \times R^2$$

Keterangan:

SE% = sumbangan efektif dari suatu prediktor

SR% = sumbangan relatif dari suatu prediktor

R^2 = koefisien determinasi

(Sutrisno Hadi, 2004: 39)

Sumbangan efektif menunjukkan besarnya sumbangan setiap prediktor terhadap kriterium dengan jumlah sebesar koefisien determinasi dengan tetap memperhitungkan variabel bebas lain yang tidak diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Pondok Pesantren Al Barokah

Pada tahun 1988, Pengasuh Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta, *Al-Maghfurlah* KH. Ali Maksum meminta kepada santrinya, KH. Rosim Al Fatih, Lc untuk pulang ke tanah air setelah 11 tahun memperdalam ilmu agama di Arab Saudi. Beliau meminta sang santri untuk menyebarkan syiar Islam di wilayah Kota Yogyakarta bagian utara. Beliau juga memberikan nama “Al-Barokah” untuk pondok pesantren yang akan dirintis oleh sang santri. Tidak lama kemudian, berdirilah lembaga pengajian dan pendidikan keagamaan yang berma lengkap Pondok Pesantren Al-Barokah.

Pada awalnya, Pondok Pesantren Al-Barokah hanya berupa rumah kontrakan sederhana yang menjadi tempat pengajian untuk anak sekitar pondok. Atas berkat rahmat Allah, Pondok Pesantren Al-Barokah kini telah memiliki tiga komplek putra, dua komplek putri sekaligus tempat tinggal pengasuh, dan satu ruang serba guna (Aula).

Pada tahun 1991, kyai menyewa sebuah rumah di sebelah utara masjid sebagai asrama santri putra, pada tahun 1995 asrama ini menjadi milik pondok pesantren Al-Barokah setelah dibeli oleh kyai dan asrama ini dinamai Assufla. Dan satu asrama santri putra lainnya yang letaknya ditanah yang lebih tinggi sehingga dinamai komplek Al A’la. Seiring dengan berjalannya waktu santri putra semakin bertambah banyak dan

mengharuskan pengadaan asrama baru maka kyai membeli satu rumah lagi yang terletak dijalan Gotong-royong. Asrama ini dinamai komplek Al Munjiyat, disamping sebagai asrama putra rumah ini juga dipakai sebagai kantor pondok pesantren dan kantor KBIH Al barokah, sebuah lembaga yang baru berdiri pada tahun 2002 untuk membimbing dan mendampingi jama'ah haji.

Pada tahun 1994 rumah tinggal kyai yang semula hanya berlantai satu direnovasi menjadi berlantai dua, lantai satu digunakan sebagai rumah tinggal keluarga kyai (ndalem) sedang lantai dua digunakan sebagai asrama santri putri yang diberi nama komplek El Hawa. Sementara untuk peningkatan kualitas pengajaran, terhitung mulai tahun 1997 telah dirintis Madrasah Diniyah Al Barokah melalui sistem pengajian berjenjang dengan pengajar dari dalam dn luar pondok pesantren (Brosur Pondok, 2015).

2. Tujuan Pondok Pesantren Al-Barokah

- a. Membentuk dan mengembangkan insan muslim yang beriman, bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlaql karimah dan beramal shaleh.
- b. Menciptakan generasi Islam yang memiliki kepekaan sosial dan mampu mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan bermasyarakat.
- c. Mengembangkan kualitas sumber daya manusia yang mempunyai jiwa patriotik dan nasionalisme dalam wadah negara kesatuan Republik Indonesia.

3. Visi Pondok Pesantren

Membentuk generasi Islam yang berilmu, berakhlaqul karimah dan bertaqwah kepada Allah SWT.

4. Misi Pondok Pesantren

- a. Penyelenggaraan pengajian Al-qur'an dan kitab-kitab Islam
- b. Penyelenggaraan Madrasah Diniyah dan Taman Pendidikan Al-qur'an.
- c. Pengembangan bakat dan minat santri
- d. Penyelenggaraan dzikir mujahadah secara rutin santri dan jama'ah.

5. Karakteristik Pondok Pesantren Al-Barokah

Pondok Pesantren Al-Barokah termasuk pondok pesantren semi modern, karena disamping masih mempertahankan tradisi salaf, juga masih menerima pemikiran ulama kontemporer. Sehingga pemikiran santri tidak kolot dan kaku hanya berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits, namun juga mengikuti perkembangan jaman dan arus globalisasi dengan tidak bertolak dengan Al-Qur'an, hadits, qiyas, serta ijma' ulama termasuk fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Dalam sistem pendidikan, pondok pesantren Al-Barokah menggunakan sistem klasikal madrasah diniyah yang diformalkan mirip dengan sistem pengajaran yang ada di sekolah-sekolah. Hanya saja materi yang disajikan adalah khusus pendalaman tentang ilmu agama. Terdapat juga pendidikan non formal yaitu melalui ekstrakurikuler baik dengan cara sorogan (santri aktif membaca kitab kuning dan kyai mendengarkan serta membetulkan jika

ada bacaan-bacaan yang salah) maupun dengan cara bandongan (santri pasif mendengarkan bacaan dan penjelasan dari kyai).

Adapun alokasi pengelolaan santri dibagi atas asrama atau komplek, aula dan masjid. Asrama atau komplek digunakan sebagai tempat untuk istirahat santri dan penematan barang-barang, sedangkan aula dan masjid digunakan untuk mengaji dan musyawarah serta untuk acara-acara lain.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa elemen-elemen yang ada dipondok pesantren Al-Barokah terdiri dari 3 kelompok:

1. Pengasuh, dimana pengasuh sebagai *leader power* yang tingkah lakunya menjadi teladan para santri.
2. Santri, ia diharapkan bisa meneladani apa yang diberikan, baik secara materi maupun praktek keseharian oleh *khodimul ma'had*.
3. Tempat tinggal santri, yaitu digunakan sebagai tempat menimba ilmu, mengaplikasikan perilaku sosial dan sebagai sarana aktifitas yang lain.

Masjid yang berada di tengah-tengah lingkungan pondok pesantren Al-Barokah merupakan masjid milik masyarakat yang digunakan bersama-sama untuk kegiatan keagamaan pondok pesantren dan masyarakat sekitar. Santri sebagai elemen yang paling banyak pada dasarnya mereka melakukan aktifitasnya sehari-hari sebagai berikut: mereka mulai mengikuti kegiatan wajib yaitu pengajian kitab Al-qur'an yang diampu oleh ibu nyai yaitu dilaksanakan setelah jama'ah maghrib. Kemudian berlanjut madrasah diniyah yang berjenjang dari kelas satu samai kelas 4 dan ada satu kelas lagi diatasnya yaitu kelas takhasus. Madrasah dimulai dari jam 20.00 W.I.B

sampai 21.30 W.I.B. Setelah santri selesai mengikuti madrasah diniyah mereka belajar atau mengerjakan tugas dari kampus atau sekolahnya masing-masing. Setiap malam Senin dan Jum'at santri wajib mengikuti mujahadah yang diimami oleh Kyai pada jam 22.00 W.I.B sampai 22.30 W.I.B. Shalat jama'ah subuh wajib bagi santri kemudian dilanjutkan pengajian tafsir Al-qur'an oleh Kyai sampai jam 05.30 W.I.B, setelah itu jam 06.00 pengajian sorogan Al-qur'an kepada bu nyai. Setelah selesai santri dipersilahkan melanjutkan kegiatan masing-masing di kampus atau sekolah.

6. Keadaan Umum Pondok Pesantren Al-Barokah

Pondok pesantren Al-barokah merupakan salah satu lembaga pendidikan agama Islam yang berada di kota Yogyakarta bagian utara. Terletak diantara jalan Magelang dan jalan AM. Sangaji, tepatnya di Blunyahrejo RT 10 RW 04 kelurahan Karangwaru Kecamatan Tegalrejo No. 1107 kota Yogyakarta. Adapun batas-batas dari wilayah dusun Blunyahrejo adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman
Sebelah Selatan : Kelurahan Cokrodiningrat Kecamatan Jetis kota Yogyakarta

Sebelah Barat : kelurahan Kricak Kecamatan Tegalrejo Kota Yogyakarta

Sebelah timur : Desa Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman

Pondok pesantren Al-Barokah memiliki areal tanah seluas 1209 m² dengan perincian sebagai berikut:

Pondok ndalem (komplek El Hawa)	: 416 m ²
Komplek Adduroh	: 151 m ²
Komplek Al Munjiat	: 156 m ²
Aula (Komplek Al fatih)	: 308 m ²
Jalan kampung	: 69 m ²
Pekarangan	: 109 m ²

Disamping itu ada sarana fisik areal tanah yang masih menyewa yaitu komplek A'la dengan luas 300 m² dan areal koperasi pondok pesantren Al Barokah dengan luas bangunan 42 m².

a. Sarana dan prasarana

- 1) Kamar untuk santri
- 2) Kamar untuk tamu
- 3) Koperasi
- 4) Aula
- 5) Kantor
- 6) Kamar mandi dan WC
- 7) Dapur

b. Pengasuh, Ustaz dan Santri

1) Pengasuh

Sejak awal berdirinya tahun 1991 sampai sekarang pondok pesantren Al Barokah diasuh oleh K.H Rosyim Al Fatih, Lc dan Ibu Nyai Hj. Anita Durrotul Yatimah yang juga pendiri dan penanggung jawab pondok pesantren tersebut. Sebagaimana umumnya pondok

pesantren, pengasuh adalah pemegang otoritas tertinggi dalam menentukan kebijakan pesantren yang dipimpinnya.

Seorang Kyai dalam pondok pesantren disegani dan dihormati serta dijadikan tauladan. Kyai merupakan pendiri pondok pesantren pertama dengan mengorbankan harta benda dan tenaganya dengan penuh keikhlasan. Secara operasional dalam penyelenggaraan pendidikan pondok pesantren kyai menyerahkan kepada pengurus yang telah dipilih.

2) Ustaz

Para ustaz di pondok pesantren Al Barokah sebagian besar adalah mahasiswa. Adapun jumlah pengajar di pondok pesantren Al Barokah sebanyak 29 ustaz, sesuai yang dikatakan oleh saudara Atik Ulin Ni'mah pada saat wawancara sie pendidikan tentang madrasah diniyah pada tanggal 20 Mei 2015 bahwa:

Jumlah ustaz di pondok pesantren Al Barokah yaitu 29 ustaz dengan perincian 12 ustazah (guru putri) dan 17 ustaz (guru putra).

Pengajar di pondok pesantren Al Barokah rata-rata masih berstatus mahasiswa, yaitu dengan jumlah 19 ustaz sebagai mahasiswa, 4 ustadz sebagai guru, 2 ustadz sebagai dosen, 1 ustaz sebagai wiraswasta, 1 ustaz sebagai tenaga teknik, 1 ustaz bekerja di BMT Alba, 1 ustaz sebagai karyawan. Sedangkan latar belakang pendidikan tenaga pengajar (ustaz) keseluruhan lulusan dari pondok pesantren lain.

Dalam menjalankan pengajaran di Madrasah diniyah mengalami beberapa kendala, seperti dikatakan saudari Atik Ulin Ni'mah bahwa:

“Seperti halnya kapal, madrasah diniyah di pondok pesantren Al Barokah membutuhkan nahkoda, tapi sekarang nahkoda kapal sedang menjalankan tugas diluar kepentingan madrasah diniyah, sehingga terjadi kekosongan kedudukan ketua Madrasah diniyah.”

Untuk mengatasi hal tersebut, pengurus madrasah diniyah mengadakan rapat rutin yang diadakan sebulan sekali. Serta berusaha agar semua pengurus madrasah diniyah menjalani sebaik mungkin apa yang menjadi tugasnya sehingga madrasah diniyah dapat berjalan dengan lancar.

Kendala lain seperti sulitnya mencari ustaz pengganti saat ustaz tidak bisa mengajar. Seperti yang dikatakan saudari Atik Lutfi Ulin Ni'mah saat wawancara:

“Saat ustaz tidak bisa mengajar kami kesusahan dalam mencari ustaz pengganti.”

Tabel 11. Data Pengajar Pondok Pesantren Al Barokah

Data Ustaz Dan Ustazah Pondok Pesantren Al Barokah

No	Nama Ustaz	L/P	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Mapel Yang Diampu
1	Aminulloh, S.H.I	L	S1	Guru	Akhlik
2	Eko Apriandi, S.H	L	S1	Guru	Fikih
3	Fiter Hindun	P	Sma	Mahasiswa	Akhlik
4	Hasan Robbani	L	Sma	Mahasiswa	Akhlik
5	Isnaini Fatmiyati	P	Sma	Mahasiswa	Fikih
6	K.H. Rosyim Al Fatih, Lc	L	S1	Wiraswasta	Tauhid
7	Lutfi Hakim, S.Pd.I	L	S1	Guru	Al Qur'an

8	M. Amri Uchrowi	L	Sma	Mahasiswa	B. Arab
9	M. Robith Tahta A	L	Sma	Mahasiswa	B. Arab
10	Mar'atus Sholikhah	P	Sma	Mahasiswa	Tauhid
11	Mariyatul Qibtiyah	P	Sma	Mahasiswa	B. Arab
12	Muzaini	L	Sma	Mahasiswa	Fikih
13	Nadiatuz Zahro	P	Sma	Mahasiswa	B. Arab
14	Najmu Tsaqib Akhda, S.P, M.A	L	S2	Dosen	Tauhid
15	Nur Asni Afiana Afifah, S.Pd.I	P	S1	Guru	Akhlik
16	Nur Wachid A	L	Sma	Mahasiswa	Ski
17	Nurul Alfi Laili	P	Sma	Mahasiswa	Hadis
18	Prayitno, S.Pd.I	L	S1	Tenaga Teknik	Tauhid
19	Puji Winarno, A.Md.	L	D3	Bmt Alba	Fikih
20	Qoribul Husni	L	Sma	Mahasiswa	Hadis
21	Rimaya Ahadia	P	Sma	Mahasiswa	Fikih
22	Sawaun, S.Th.I, M.Hum	L	S2	Dosen	Akhlik
23	Shofiq Lestari	P	Sma	Mahasiswa	B. Arab
24	Siti Baroroh	P	Sma	Mahasiswa	Ski
25	Siti Mar'atul Maula	P	Sma	Mahasiswa	Al Qur'an
26	Sulaiman, S.Pd	L	S1	Karyawan	Akhlik
27	Syakirun Ni'am	L	Sma	Mahasiswa	Hadis & Fikih
28	Vina Himmah Ulya	P	Sma	Mahasiswa	Tauhid
29	Yusuf Hasan B, S.Pd.I	L	S1	Mahasiswa	B. Arab

(Data Madrasah Diniyah 2015 diolah)

3) Santri

Jumlah santri di pondok pesantren Al Barokah mengalami perkembangan yang fluktuatif, diawal tahun 2013 jumlah santri 217

orang, dengan perincian santri putra berjumlah 101 orang dan santri putri 116 orang. Pada tahun 2014 jumlah santri mengalami perkembangan pesat yaitu mencapai 261 orang, dengan perincian santri putra berjumlah 131 orang dan santri putri berjumlah 130 orang. Tahun 2015 jumlah santri 228 orang. Dengan perincian santri putra 115 orang dan santri putri 113 orang (dokumen buku induk santri pondok pesantren Al Barokah).

Jumlah santri mengalami naik turun dikarenakan setiap tahun ada santri yang masuk dan ada yang keluar. Seperti yang dikatakan oleh Siti Baroroh sekertaris putri pondok pesantren Al Barokah pada saat wawancara tanggal 28 Mei 2015, bahwa:

“Setiap tahun pasti ada santri yang masuk dan ada santri yang keluar pondok. Karena disini mereka nyantri sambil mencari ilmu pendidikan formal, yaitu SMA dan kuliah. Biasanya kalau awal tahun ajaran baru, yang telah selesai SMA ataupun kuliah keluar dan yang baru akan masuk SMA atau kuliah masuk pondok.”

Pada tahun 2014 jumlah santri mengalami perkembangan yang pesat, ini dikarenakan banyak yang masuk pondok, tapi yang keluar hanya beberapa orang. Seperti yang di paparkan oleh saudari Siti Baroroh bahwa:

“Pada tahun 2014 jumlah santri mengalami perkembangan pesat, karena pada saat itu banyak yang mendaftar ke pondok, sementara santri lama yang keluar hanya beberapa orang, sehingga santri bertambah banyak tapi pengurangannya sedikit.”

Sementara pada tahun 2015, jumlah santri mengalami penurunan, yaitu dari 261 orang menjadi 228 orang. Dari hasil wawancara dengan

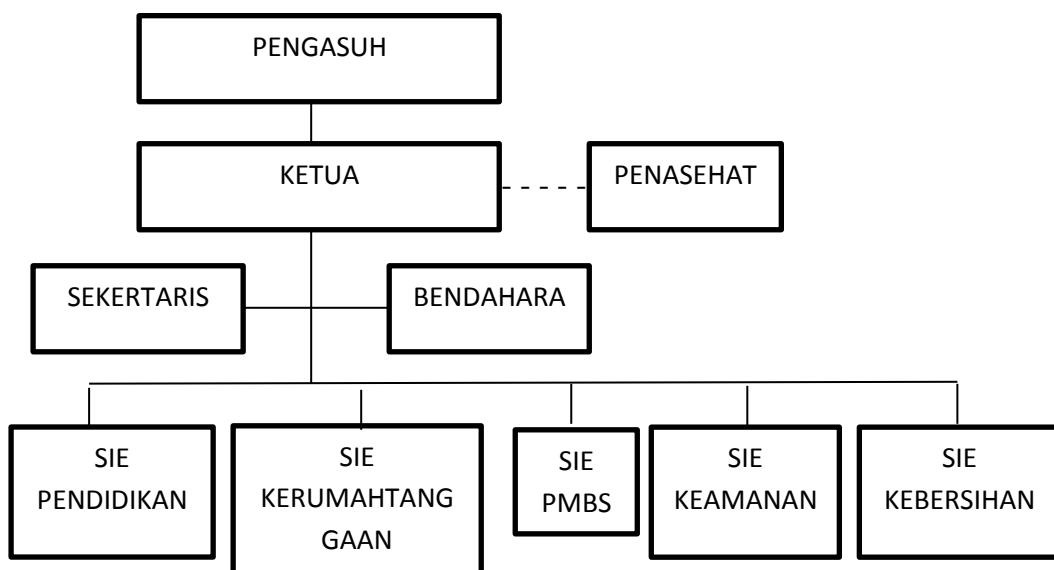
sekertaris pondok pesantren Al Barokah, penurunan ini disebabkan banyak santri yang wisuda sehingga setelah wisuda mereka pamit pondok. Sementara yang daftar pondok tidak sebanyak yang keluar pondok.

Santri pondok pesantren Al Barokah sebagian besar berasal dari Jawa Tengah yaitu mencapai 49%, dari Jawa Timur 26%, dari Jogja 13%, dari Jawa Barat 7 %, dan selebihnya dari luar Jawa yaitu 5%. Sementara dari segi pendidikan, mahasiswa 70%, pelajar tingkat SMA dan SMP 25%, dan 5% profesi lain yaitu bekerja dan ada yang baru sarjana. (Data diolah dari buku induk santri).

7. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al Barokah

Seperi lembaga pendidikan pada umumnya, di pondok pesantren Al Barokah terdapat struktur organisasi kepengurusan. Adapun struktur kepengurusan organisasi pondok pesantren Al Barokah sebagai berikut:

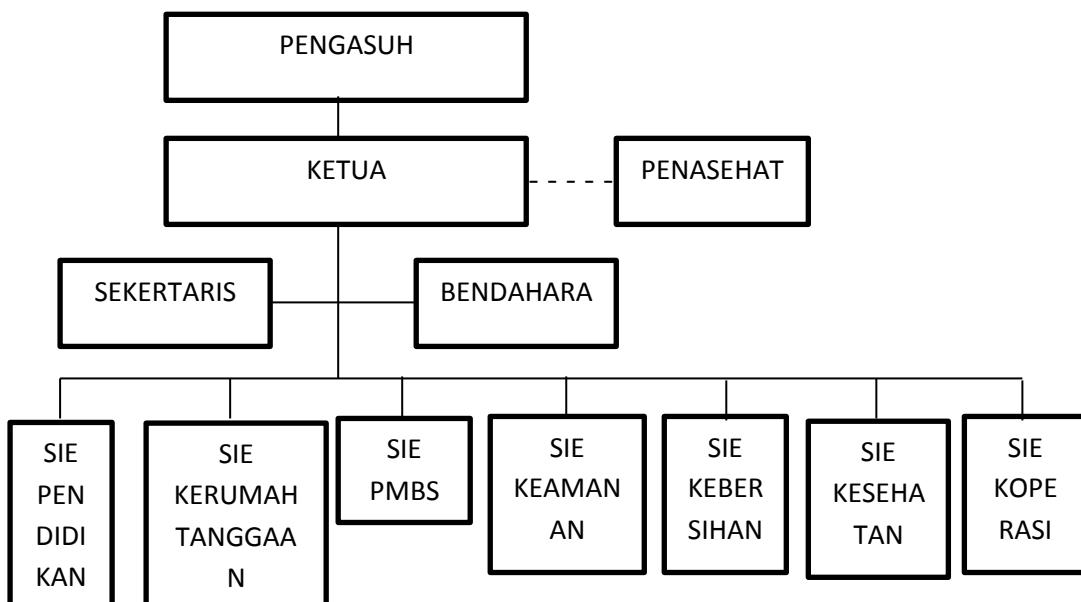
Bagan 1. Struktur Pengurus Pondok Pesantren Putra Al Barokah



Garis Komando : _____

Garis Koordinasi : -----

Bagan 2. Struktur Pengurus Pondok Pesantren Putri Al Barokah



Keterangan:

Garis Komando : _____

Garis Koordinasi : -----

1. Susunan Pengurus Putra Pondok Pesantren Al Barokah

- a. Pengasuh : K.H Rosyim Al Fatih, Lc
Ny. Hj. Anita Durrotul Yatimah
- b. Penasehat : H. Ahmad Miftahudin
- c. Ketua I : Nur Waachid Asyrofuddin
Ketua II : M. Habib Al-Fauzi
- d. Sekertaris I : Lutfi Hakim

- e. Sekertasis II : Ahmad Muhibbudin
- f. Bendahara I : M. Nurkholis
- g. Bendahara II : Ahmad Kamal Barok

Sie-sie

- h. Sie pendidikan : Ahmad Syarif
- i. Sie kerumahtanggaan : M. Faisol Makmun dan Imam Fazri
- h. Sie PMBS : Irfan Setiawan dan M. Ulin Nuha
- i. Sie keamanan : M. Robith Tahta A dan Daimurohman, S.H
- j. Sie kebersihan : Imam H R Mahtum dan Amir Fuad A.

2. Susunan Pengurus Putri Pondok Pesantren Al Barokah

- a. Pengasuh : K.H Rosyim Al Fatih, Lc
Ny. Hj. Anita Durrotul Yatimah
- b. Penasehat : H. Ahmad Miftahudin
- c. Ketua I : Wafiatuz Zahroh
- d. Ketua II : Sofi Lestari
- e. Sekertaris I : Fina Nur Aisyah
- f. Sekertasis II : Siti Baroroh
- g. Bendahara I : Siti Mar'atul Maula
- h. Bendahara II : Fiiki Nurul Hidayah
- Sie-sie
- k. Sie pendidikan : Atik Ulin Ni'mah, S.Pdi. dan Dian Sofi A.
- l. Sie kerumahtanggaan : Nur Asni Afifah, S.Pdi. dan Faidatul C.

- | | |
|-------------------|--|
| m. Sie PMBS | : Syamsiatun Mudzkiyah dan Durroh K. |
| i. Sie keamanan | : Isnaini Fatmiati dan Vina Himmatul U. |
| j. Sie kebersihan | : Indah Purwiati dan Istiqlaliyah |
| k. Sie kesehatan | : Ratih Kusuma W. dan Siti Fatikhatun N. |
| l. Sie koperasi | : Uswatun K. dan Fatkhurohmah |

(dokumen ADRT pondok pesantren Al Barokah, dikutip pada tanggal 15 Mei 2015).

B. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Data penelitian berupa data hasil tes soal objektif dan angket. Variabel bebas yaitu pemahaman label halal dengan menggunakan tes soal objektif dengan pilihan ganda dan faktor sosial dengan menggunakan angket terhadap variabel terikat yaitu niat membeli makanan kemasan berlabel halal dengan menggunakan angket. Dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 122 santri mahasiswa di pondok pesantren Al Barokah. Pada bagian ini akan disajikan deskripsi data dari tiap-tiap variabel meliputi skor tertinggi, skor terendah, mean (M) dan standar deviasi (SD). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *SPSS Versi 17.00*.

1. Pemahaman Label Halal

Data variabel pemahaman label halal diperoleh dari tes soal objektif pilihan ganda yang terdiri atas 10 butir pertanyaan. Skor yang diberikan maksimal 1 dan minimal 0, kemudian dikalikan 10, sehingga diperoleh skor tertinggi ideal 100 dan skor terendah ideal adalah 0. Berdasarkan data penelitian, variabel pemahaman label halal memiliki skor tertinggi sebesar

100, skor terendah sebesar 20, *mean* sebesar 62,70 dan *standar deviasi* sebesar 13,608.

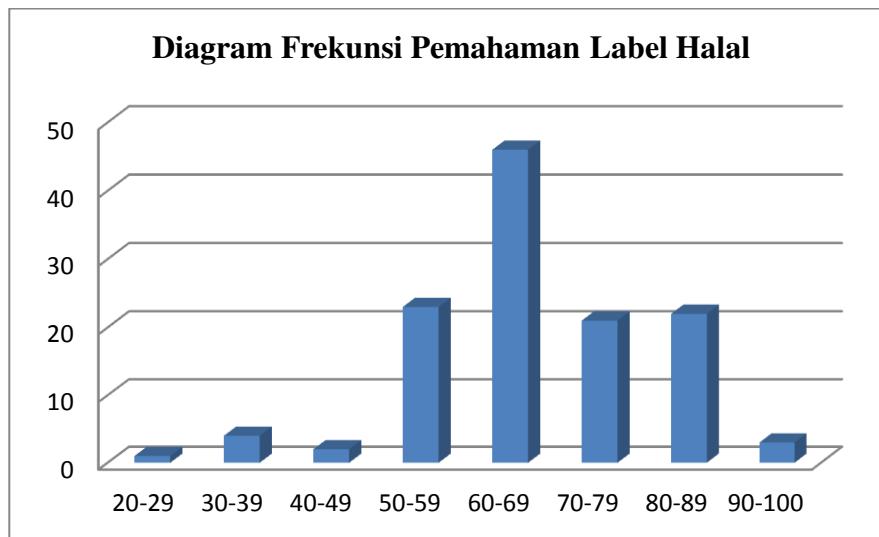
Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33 \log 122$, hasilnya adalah 7,94 untuk mempermudah dalam perhitungan maka dibulatkan keatas menjadi 8. Rentang data $(100-20) = 80$. Sedangkan panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu $80/8 = 10$. Adapun distribusi frekuensi variabel pemahaman label halal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Pemahaman Label Halal

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	20-29	1	0,8
2	30-39	4	3,3
3	40-49	2	1,6
4	50-59	23	18,9
5	60-69	46	37,7
6	70-79	21	17,2
7	80-89	22	18
8	90-100	3	2,5
Jumlah		122	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan distribusi frekuensi variabel pemahaman label halal diatas dapat digambarkan dalam diagram batang pada gambar 5.



Gambar 5. Diagram Batang Frekuensi Variabel Pemahaman Label Halal

Dari gambar 5 diagram batang menunjukkan frekuensi terbesar pada kelas interval 60-69 dengan frekuensi sebesar 46.

Selanjutnya pemahaman label halal digolongkan ke dalam 3 kategori kecenderungan variabel yaitu tinggi, sedang dan rendah. Variabel pemahaman label halal diukur dengan menggunakan tes soal objektif pilihan ganda yang terdiri dari 10 butir pertanyaan yang diberikan kepada 122 responden. Pemberian nilai pada pemahaman label halal yaitu setiap jumlah butir soal yang benar dikalikan 10. Kriteria penilaian skor yaitu maksimal $10 \times 10 = 100$ dan skor minimal $0 \times 10 = 0$. Maka diperoleh nilai M (rata-rata ideal) sebesar 50 dan standar deviasi ideal (SD) sebesar 16,67 dibulatkan menjadi 17. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dikategorikan dalam 3 kategori yang terdapat pada distribusi kecenderungan sebagai berikut:

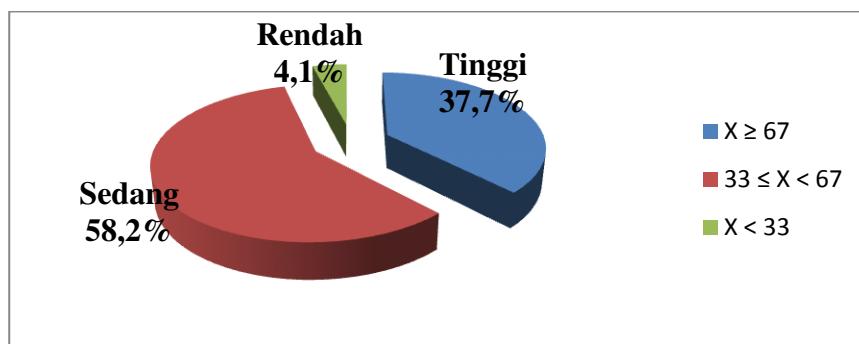
Tabel 13. Distribusi Kecenderungan Variabel Pemahaman Label Halal

No	Skor	F	Frekuensi Relatif (%)	Frekuensi Kumulatif (%)	Keterangan
1	$X \geq 67$	46	37,7	37,7	Tinggi
2	$33 \leq X < 67$	71	58,2	95,9	Sedang
3	$X < 33$	5	4,1	100	Rendah
	Jumlah	122	100		

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Tabel 14 di atas, menunjukkan bahwa dalam kecenderungan pemahaman label halal terdapat 46 santri mahasiswa dalam kategori tinggi, 71 santri mahasiswa dalam kategori sedang dan 5 santri mahasiswa dalam kategori rendah. Nilai *mean* sebesar 62,70 terletak di interval $33 \leq X < 67$, maka dapat disimpulkan pemahaman label halal santri mahasiswa masuk dalam kategori sedang.

Kecenderungan variabel pemahaman label halal disajikan dalam diagram lingkaran sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Lingkaran Kecenderungan Variabel Pemahaman Label Halal

Gambar di atas menunjukkan bahwa variabel pemahaman label halal memiliki kecenderungan sedang. Kecenderungan sedang tersebut sebesar 58,2% atau sebanyak 71 santri mahasiswa.

2. Faktor Sosial

Data variabel faktor sosial diperoleh dari angket yang terdiri atas 9 butir pernyataan. Skor yang diberikan maksimal 4 dan minimal 1, sehingga diperoleh skor tertinggi ideal 36 dan skor terendah ideal adalah 9. Berdasarkan data penelitian, variabel faktor sosial memiliki skor tertinggi sebesar 36, skor terendah sebesar 18, *mean* sebesar 28,10 dan standar deviasi sebesar 3,936.

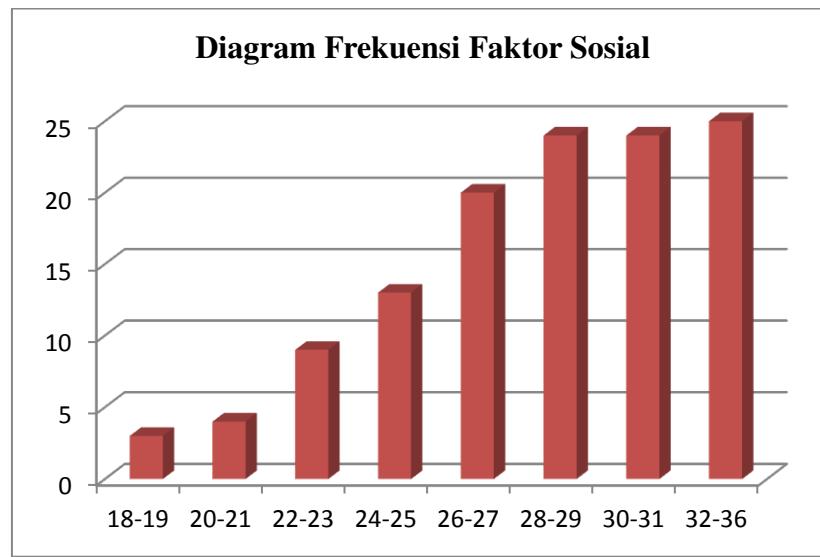
Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33 \log 122$, hasilnya adalah 7,94 untuk mempermudah dalam perhitungan maka dibulatkan keatas menjadi 8. Rentang data $(36-18) = 18$. Sedangkan panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu $18/8 = 2,25$ dibulatkan keatas menjadi 3. Adapun distribusi frekuensi variabel faktor sosial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Sosial

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	18-19	3	2,4
2	20-21	4	3,3
3	22-23	9	7,4
4	24-25	13	10,7
5	26-27	20	16,4
6	28-29	24	19,7
7	30-31	24	19,7
8	32-36	25	20,4
Jumlah		122	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan distribusi frekuensi variabel faktor sosial diatas dapat digambarkan dalam diagram batang pada gambar 7.



Gambar 7. Diagram Batang Frekuensi Faktor Sosial

Dari gambar 7 diagram batang menunjukkan frekuensi terbesar terdapat pada interval 32-36 dengan frekuensi sebesar 25.

Selanjutnya faktor sosial digolongkan ke dalam 3 kategori kecenderungan variabel yaitu tinggi, sedang dan rendah. Variabel faktor sosial diukur dengan menggunakan angket yang terdiri dari 9 butir pernyataan yang diberikan kepada 122 responden. Pemberian nilai pada faktor sosial yaitu 4-1. Kriteria penilaian skor yaitu maksimal $4 \times 9 = 36$ dan skor minimal $1 \times 9 = 9$. Maka diperoleh nilai M (rata-rata ideal) sebesar 22,5 dan standar deviasi ideal (SD) sebesar 4,50. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dikategorikan dalam 3 kategori yang terdapat pada distribusi kecenderungan sebagai berikut:

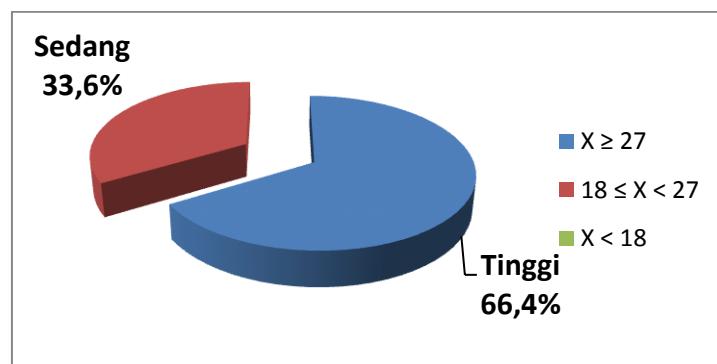
Tabel 15. Distribusi Kecenderungan Variabel Faktor Sosial

No	Skor	F	Frekuensi Relatif (%)	Frekuensi Kumulatif (%)	Keterangan
1	$X \geq 27$	81	66,4	66,4	Tinggi
2	$18 \leq X < 27$	41	33,6	100	Sedang
3	$X < 18$	0	-	-	Rendah
	Jumlah	122	100,0		

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Tabel 16 di atas, menunjukkan bahwa dalam kecenderungan faktor sosial terdapat 81 santri mahasiswa dalam kategori tinggi, 41 santri mahasiswa dalam kategori sedang dan tidak ada santri mahasiswa dalam kategori rendah. Nilai *mean* sebesar 28,10 terletak di interval $X \geq 27$, maka dapat disimpulkan faktor sosial santri mahasiswa masuk dalam kategori tinggi.

Kecenderungan variabel faktor sosial disajikan dalam diagram lingkaran sebagai berikut:



Gambar 8. Diagram Lingkaran Kecenderungan Variabel Faktor Sosial

Gambar di atas menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memiliki kecenderungan tinggi. Kecenderungan tinggi tersebut sebesar 66,4% atau sebanyak 81 santri mahasiswa.

3. Niat Membeli

Data variabel niat membeli diperoleh dari angket yang terdiri atas 14 butir pernyataan. Skor yang diberikan maksimal 4 dan minimal 1, sehingga diperoleh skor tertinggi ideal 56 dan skor terendah ideal adalah 14. Berdasarkan data penelitian, variabel niat memiliki skor tertinggi sebesar 53, skor terendah sebesar 28, *mean* sebesar 42,51 dan standar deviasi sebesar 4,050.

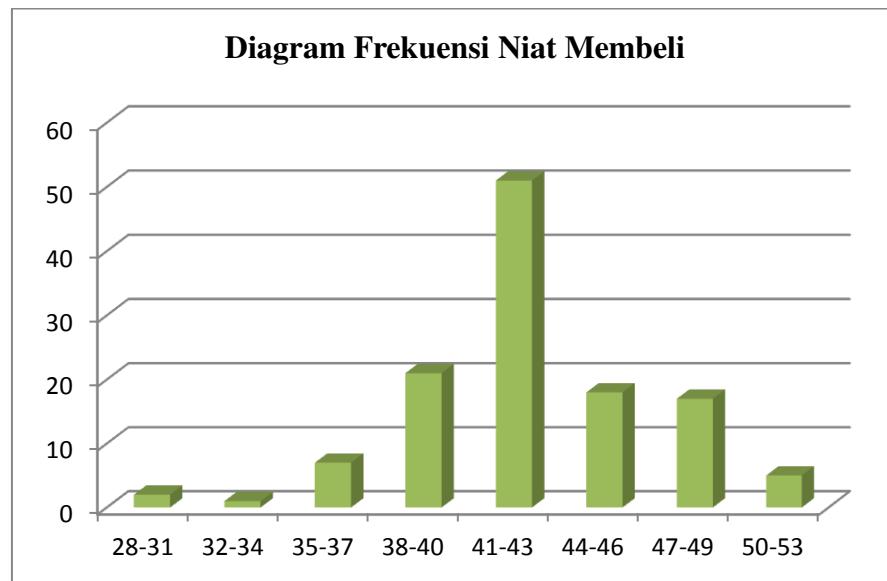
Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33 \log 122$, hasilnya adalah 7,94 untuk mempermudah dalam perhitungan maka dibulatkan keatas menjadi 8. Rentang data $(53-28) = 25$. Sedangkan panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu $25/8 = 3,12$ dibulatkan menjadi 3. Adapun distribusi frekuensi variabel niat membeli dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Niat Membeli

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	28-31	1	0,8
2	32-34	1	0,8
3	35-37	7	5,7
4	38-40	31	25,4
5	41-43	48	39,3
6	44-46	15	12,3
7	47-49	16	13,1
8	50-53	3	2,5
Jumlah		122	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan distribusi frekuensi variabel niat membeli diatas dapat digambarkan dalam diagram batang pada gambar 9.



Gambar 9. Diagram Batang Frekuensi Niat Membeli

Dari gambar 9 diagram batang menunjukkan frekuensi terbesar terdapat pada interval 41-43 dengan frekuensi sebesar 48.

Selanjutnya niat membeli digolongkan ke dalam 3 kategori kecenderungan variabel yaitu tinggi, sedang dan rendah. Variabel niat membeli diukur dengan menggunakan angket yang terdiri dari 14 butir pernyataan yang diberikan kepada 122 responden. Pemberian nilai pada niat membeli yaitu 4-1. Kriteria penilaian skor yaitu maksimal $4 \times 14 = 56$ dan skor minimal $1 \times 14 = 14$. Maka diperoleh nilai M (rata-rata ideal) sebesar 35 dan standar deviasi ideal (SD) sebesar 7. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dikategorikan dalam 3 kategori yang terdapat pada distribusi kecenderungan sebagai berikut:

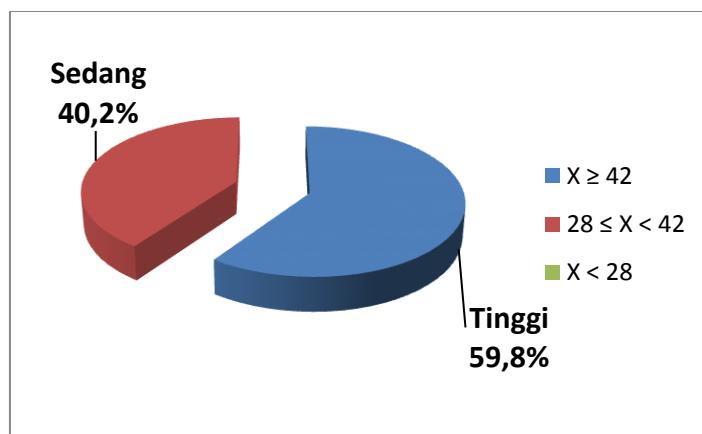
Tabel 17. Distribusi Kecenderungan Variabel Niat Membeli

No	Skor	F	Frekuensi Relatif (%)	Frekuensi Kumulatif (%)	Keterangan
1	$X \geq 42$	73	59,8	59,8	Tinggi
2	$28 \leq X < 42$	49	40,2	100	Sedang
3	$X < 28$	0	-	-	Rendah
	Jumlah	122	100,0	100%	

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Tabel 18 di atas, menunjukkan bahwa dalam kecenderungan niat membeli terdapat 73 santri mahasiswa dalam kategori tinggi, 49 santri mahasiswa dalam kategori sedang dan tidak ada mahasiswa dalam kategori rendah. Nilai *mean* sebesar 42,51 terletak di interval $X \geq 42$, maka dapat disimpulkan niat membeli santri mahasiswa masuk dalam kategori tinggi.

Kecenderungan variabel niat membeli disajikan dalam diagram lingkaran sebagai berikut:



Gambar 10. Diagram Lingkaran Kecenderungan Variabel Niat Membeli

Gambar di atas menunjukkan bahwa variabel niat membeli memiliki kecenderungan tinggi. Kecenderungan tinggi tersebut sebesar 59,8% atau sebanyak 73 santri mahasiswa.

C. Hasil Pengujian Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen dan atau keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap nilai residual (*unstandardized residual*) dari semua variabel yang ada. Data yang diperoleh berdistribusi normal apabila probabilitas $> 0,05$ begitu juga sebaliknya.

Setelah dilakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS, hasil pengujinya adalah sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Pengujian Normalitas

	Undstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov	0,730
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,661

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai asymptotic significance (*sig.*) $> 0,05$ sehingga bisa dinyatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilai residualnya juga berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) berbentuk linear atau tidak. Kriteria uji linearitas adalah *sig. F* kurang dari 0,05 maka hubungannya tidak linear, sedangkan jika nilai *sig. F* lebih dari atau sama dengan 0,05 maka hubungannya

bersifat linear. Hasil pengujian linearitas diterangkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 19. Hasil Uji Linearitas

No.	Variabel		F	Sig.	Kesimpulan
	Bebas	Terikat			
1	Pemahaman Label Halal	Niat Membeli	1,097	0,370	Linear
2	Faktor Sosial	Niat Membeli	0,615	0,857	Linear

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Dari Output di atas dapat dilihat bahwa $\text{Sig} > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel bebas. Multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 4, apabila tidak terjadi multikolinearitas maka analisis dapat dilanjutkan. Kemudian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Pemahaman Label Halal	0,983	1,017	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Faktor Sosial	0,983	1,017	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas, hasil multikolinearitas antar variabel menunjukkan bahwa korelasi antar variabel bebas mempunyai nilai toleransi

lebih dari 0,100 dan nilai VIF kurang dari 4 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas.

4. Uji Homosedastisitas

Uji homosedastisitas bertujuan untuk mengetahui kesinambungan varians. Apakah setiap nilai variabel X yang berpasangan dengan Y mempunyai distribusi atau varians yang sama atau tidak. Uji ini menggunakan *uji Park*.

Langkah pertama dalam pengujian ini adalah menyimpan nilai residual/error kedalam data. Langkah selanjutnya adalah mengabsolutkan nilai error/residual. Langkah selanjutnya melakukan analisis regresi atau meregres nilai absolut error atas seluruh variabel bebas.

Dalam uji ini yang perlu ditafsirkan hanyalah bagian *print out Anova* dan *Coefficients*. Jika nilai sig < 0,05 maka tidak terjadi homosedastisitas, jika sebaliknya maka terjadi homosedastisitas.

Tabel 21. Hasil Uji Homosedastisitas

Anova	F	Sig.	Kesimpulan
Regression	0,350	0,706	Homosedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari tabel di atas nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka dapat disimpulkan analisis regresi tersebut memenuhi syarat homosedastisitas.

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian bertujuan untuk membuktikan pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli

makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah.

1. Mencari Persamaan Garis Regresi Ganda

Analisis data yang dilakukan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi ganda. Rangkuman hasil analisis regresi ganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 22. Rangkuman Hasil Analisis Regresi

Model	Koef. Regresi (B)	t hitung	Sig.	Kesimpulan
Pemahaman Label Halal (X1)	0,056	2,334	0,021	Signifikan
Faktor Sosial (X2)	0,434	5,208	0,000	Signifikan
Konstanta	= 26,802			
R	= 0,484			
R ²	= 0,234			
F _{hitung}	= 18,156			
Sig	= 0,000			

Dari hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 26,802 + 0,056 X1 + 0,434 X2$$

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada dalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel

bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Uji t ini dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana.

Apabila nilai sig. t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Penjelasan uji t untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Pemahaman Label Halal terhadap Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah diperoleh nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,056. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui t_{hitung} sebesar 2,334 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 karena koefisien regresi mempunyai nilai signifikansi (p) $< 0,05$ maka H_a yang berbunyi ‘‘Pemahaman label halal berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah’’ diterima, dan H_0 ditolak. Artinya, bahwa variabel pemahaman label halal berpengaruh signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah. Pengaruhnya positif, hal ini mengandung arti bahwa semakin tinggi pemahaman label halal pada santri mahasiswa,

maka semakin tinggi niat santri mahasiswa dalam membeli makanan kemasan berlabel halal.

b. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah diperoleh nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,434. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui t_{hitung} sebesar 5,208 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 karena koefisien regresi mempunyai nilai signifikansi (p) < 0,05 maka H_{a2} yang berbunyi “Faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah” diterima, dan H_{o2} ditolak. Artinya, bahwa variabel faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah. Pengaruhnya bernilai positif, hal ini megandung arti bahwa semakin tinggi faktor sosial santri mahasiswa, maka semakin tinggi niat santri mahasiswa dalam membeli makanan kemasan berlabel halal.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama berpengaruh

terhadap variabel terikat yaitu niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal, pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 18,156 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $F < 0,05$ maka hipotesis ketiga yang berbunyi “Pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah diterima. Hal ini mengandung arti bahwa variabel pemahaman label halal dan faktor sosial mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan berapa besar persentase variabel bebas (pemahaman label halal dan faktor sosial) secara bersama-sama menerangkan variansi variabel terikat (niat membeli makanan kemasan berlabel halal).

Tabel 23. Koefisien Determinan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	.234	.221	3.575

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,234 atau 23,4%. Nilai tersebut menunjukkan

bahwa 23,4% niat membeli makanan kemasan berlabel halal dipengaruhi oleh pemahaman label halal dan faktor sosial. Sedangkan sisanya yaitu 76,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Tabulasi Silang (*crosstab*)

Tabel 24. Tabulasi Silang Variabel Pemahaman Label Halal (X1) terhadap Niat Membeli (Y)

Pemahaman Label Halal	Niat Membeli			Total
	Rendah < 28	Sedang 28-41	Tinggi > 41	
Rendah < 33	0 (0%)	4 (3%)	1 (1%)	5 (4%)
Sedang 33-66	0 (0%)	36 (30%)	35 (29%)	71 (58%)
Tinggi > 66	0 (0%)	9 (7%)	37 (30%)	46 (38%)
Jumlah	0 (0%)	49 (40%)	73 (60%)	122 (100%)

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa santri sebagian besar masuk kategori sedang di pemahaman label halal yaitu sebanyak 71 santri (58%) dan termasuk kategori tinggi diniat membeli yaitu sebanyak 73 santri (60%). Santri yang mempunyai pemahaman label halal sedang dan niat membelinya sedang ada 36 santri (30%), santri yang mempunyai pemahaman label halal sedang tetapi niat membelinya tinggi sebanyak 35 santri (29%). Santri yang mempunyai pemahaman label halal tinggi tapi niat membelinya sedang ada 9 santri (7%), sedangkan santri yang mempunyai pemahaman label halal tinggi serta niat membelinya tinggi ada 37 santri (30%).

Tabel 25. Tabulasi Silang Variabel Faktor Sosial (X2) terhadap Niat Membeli (Y)

Faktor Sosial	Niat Membeli			Total
	Rendah < 28	Sedang 28-41	Tinggi > 41	
Rendah < 18	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Sedang 18-26	0 (0%)	24 (20%)	17 (14%)	41 (34%)
Tinggi > 26	0 (0%)	25 (20%)	56 (46%)	81 (66%)
Jumlah	0 (0%)	49 (40%)	73 (60%)	122 (100%)

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden sebagian besar masuk kategori tinggi di faktor sosial yaitu sebanyak 81 santri (66%) dan tinggi di niat membeli yaitu sebanyak 73 santri (60%). Santri yang termasuk faktor sosialnya sedang niat membelinya sedang sebanyak 24 santri (20%), sedangkan santri yang termasuk faktor sosialnya sedang tetapi niat membelinya tinggi sebanyak 17 santri (14%). Santri yang termasuk faktor sosialnya tinggi tetapi niat membelinya sedang sebanyak 25 santri (20%), sedangkan santri yang termasuk faktor sosialnya tinggi dan niat membelinya tinggi sebanyak 56 santri (46%).

6. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda dapat diketahui besarnya Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan besarnya SR dan SE secara lengkap dapat dilihat pada lampiran. Sedangkan secara ringkas, nilai SR dan SE dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 26. Sumbangan Relatif (SR%) dan Sumbangan Efektif (SE%)

No.	Variabel	Sumbangan	
		Relatif (SR%)	Efektif (SE%)
1.	Pemahaman Label Halal	19,6%	4,6%
2.	Faktor Sosial	80,4%	18,8%
	Jumlah	100%	23,4%

Sumber: data primer yang diolah, 2015

*) diambil dari tabel *Corelation* pada kolom *Sum of Squares and Cross-product*

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pemahaman Label Halal terhadap Niat membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa pemahaman label halal santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah termasuk dalam kategori sedang dengan frekuensi 71 responden atau 58,2%. Jadi dapat dikatakan sebagian besar santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah mempunyai pemahaman yang sedang terhadap label halal.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,334 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 dan nilai (b1) sebesar 0,056. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi (p) < 0,05 maka dapat disimpulkan, pemahaman label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah.

Semakin tinggi pemahaman santri pada label halal, maka semakin tinggi niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Sebaliknya semakin rendah pemahaman santri pada label halal, maka semakin rendah pula niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Hasil penelitian ini dapat menjawab Ha₁ yang dikemukakan dimuka. Pemahaman label halal mempunyai sumbangan efektif sebesar 4,6%.

Hal tersebut sesuai dengan teori perilaku terencana (*Theory of planned behavior*) oleh Icek Ajzen (2005), bahwa *percieved behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan) akan mempengaruhi *intention* (niat). Kontrol perilaku yang kuat akan menghasilkan niat yang kuat. Kontrol perilaku yang dirasakan merupakan keyakinan individu tentang faktor pendukung dan penghambat untuk melakukan suatu perilaku didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu dan juga faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Dalam penelitian ini pemahaman label sebagai kontrol perilaku untuk menentukan niat membeli. Hasil penelitian membuktikan bahwa pemahaman label halal mempunyai pengaruh terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Nur Ainiyah (2014) dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Label Halal Aqiqoh Siap Saji Yayasan Nurul Hayat Cabang Gresik terhadap

Minat Beli Masyarakat Gresik. Hasil penelitian menunjukkan label halal berpengaruh terhadap niat beli masyarakat Gresik.

2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Niat membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa faktor sosial santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah termasuk dalam kategori tinggi. Yaitu dengan frekuensi 81 responden atau 59,8%.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,208 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai (b2) sebesar 0,434. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi (p) < 0,05 maka dapat disimpulkan, faktor sosial berpengaruh positif terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah.

Semakin tinggi faktor sosial, maka semakin tinggi niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Sebaliknya semakin rendah faktor sosial, maka semakin rendah pula niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah. Hasil penelitian ini dapat menjawab H_a_2 yang dikemukakan di muka. Faktor sosial mempunyai sumbangan efektif sebesar 18,8%.

Hal tersebut sesuai dengan teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) oleh Icek Ajzen (2005), bahwa norma subjektif (*sujektive norm*)

yaitu persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku akan mempengaruhi niat (*intention*). Jadi seseorang akan berniat melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya bahwa orang lain ingin agar ia melakukannya. Dalam penelitian ini faktor sosial yang diukur dengan kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial mempengaruhi niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar faktor sosial akan meningkatkan niat beli.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yeni Susanti dan Tri Gunarsih (2008) dalam *National Conference on Management research* yang berjudul “Pengaruh sikap terhadap perilaku, Faktor Sosial dan Kontrol keperilakuan yang dirasakan terhadap minat Pembelian Tiket Pesawat secara Online”. Hasil penelitian menunjukkan faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna untuk membeli tiket pesawat secara *online*.

3. Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Hal ini ditunjukkan dengan hasil

pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 18,156 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau $F < 0,05$.

Hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,234 atau 23,4%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat. Sumbangan efektif tersebut berarti pemahaman label halal dan faktor sosial mempengaruhi 23,4% niat membeli sedangkan sisanya sebesar 76,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara signifikan pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,334 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 dan koefisien regresi (b_1) sebesar 0,056. Karena nilai signifikansi (p) < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Hal tersebut membuktikan bahwa pemahaman konsumen terhadap label halal memberikan pengaruh positif terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.
2. Terdapat pengaruh secara signifikan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,208 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien regresi (b_2) sebesar 0,434. Karena nilai signifikansi (p) < 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Hal tersebut membuktikan bahwa faktor sosial memberikan pengaruh positif terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal.

3. Terdapat pengaruh secara signifikan pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal pada santri. F_{hitung} sebesar 18,156 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $F < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Koefisien determinan (R^2) sebesar 0,234 berarti bahwa 23,4% niat membeli makanan kemasan berlabel halal santri mahasiswa pondok pesantren Al Barokah dapat dijelaskan oleh variabel pemahaman label halal dan faktor sosial. Sedangkan sisanya 76,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Variabel pemahaman label halal dan faktor sosial masing-masing memberikan sumbangan efektif sebesar 4,6% untuk variabel pemahaman label halal dan 18,8% untuk faktor sosial.

B. Saran

Dari hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Bagi para santri, hendaknya lebih terbuka dalam mengakses berbagai informasi untuk lebih melengkapi pengetahuan tentang agama dengan pengetahuan umum.
2. Bagi orang tua santri, keluarga, serta orang-orang yang dapat mempengaruhi dan berada disekitar santri agar senantiasa memberikan contoh yang baik bagi santri, karena faktor sosial berpengaruh pada tindakan santri.
3. Bagi para ustaz di pondok pesantren, dalam mengajar agar lebih mengimplementasikan materi pelajaran fiqih dalam *trend* serta *problem*

kehidupan agar santri lebih paham cara mengimplementasikan ilmu yang didapat.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai prosedur, namun masih memiliki keterbatasan, yaitu:

1. Untuk mendapatkan data faktor sosial dan niat membeli instrument yang digunakan adalah angket, sehingga tidak dapat mengontrol jawaban responden sesuai dengan kenyataan.
2. Populasi diambil dari satu pondok pesantren sehingga generalisasi hasil penelitian hanya berlaku pada satu pondok pesantren itu saja.
3. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti dua faktor yaitu pemahaman label halal dan faktor sosial, sehingga dalam penelitian ini hanya bisa memberikan informasi seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap niat membeli makanan kemasan santri. Sedangkan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini tidak bisa diketahui secara rinci. Dari analisis yang dilakukan dalam penelitian, dapat diketahui pengaruh yang diberikan oleh kedua faktor tersebut yaitu 23,4%. Berarti sisanya 76,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat Zakarija. (2010). *Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan*. Diunduh dari: <http://zakarija.staff.umm.ac.id>. Pada tanggal 4 Januari 2015.
- Achmad Satori Ismail. (2013). *Bahaya Harta Haram*. Diunduh dari: <http://m.republika.co.id>. Pada tanggal 4 Januari 2015.
- Ajzen, Icek. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Jurnal Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, 179 – 211
- Ajzen, Icek. (2005). *Attitude, Personality, and Behavior second edition*. USA: Open University Perss.
- Ajzen, I. (2006). *The theory of planned behavior*. Retrieved January, 09, 2011 from: <http://people.umass.edu/aizen/tpb.html>.
- Ali Anwar. (2011). *Pembaruan Pendidikan Di Pesantren Lirboyo Kediri*. Kediri: Pustaka Pelajar.
- Ali Muhson. (2005). *Diktat Mata Kuliah Aplikasi Komputer*. Yogyakarta: FE UNY
- Ali Muhson. (2009). *Handout Mata Kuliah: Aplikasi Komputer*. Program studi Pendidikan Ekonomi FISE UNY.
- Ali Muhson. (2012). *Modul Pelatihan Analisis Statistik dengan SPSS*. FE UNY
- Amin Haedari dan Abdullah Hanif. (2004). *Masa Depan Pesantren*. Jakarta: IRD PRESS.
- Andi Mappiare. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Anderson, Lorin W & Krathwohl David R. (Editor). (2010). *Kerangka Landasan untuk Pembelajaran, Pengajaran dan Asessmen (Revisi Taksonomi Pendidikan Bloom)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anonim. (2011). *Definisi Pemahaman Menurut Para Ahli*. Diunduj dari: <http://www.duniapelajar.com/2011/09/02/definisi-pemahaman-menurut-para-ahli/>. Pada tanggal 26 Maret 2015.
- Arif Sukadi Sadiman. (1946). *Beberapa Aspek Pengembangan Sumber Belajar*. (Cet.I; Jakarta: Mediyatama Sarana Perkasa, 1946) h.109

- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). *Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior*. *Journal of Research in Personality*, 25, 285-301.
- Ceppy Indra Bestari. (2014). *Muslim Indonesia Dikepung Produk Pangan Haram*. <http://pusathalal.com>. Diakses tanggal 25 Desember 2014.
- Danang Sunyoto. (2007). *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta: Amara Books.
- Direktori Halal Online. (2010). *LPPOM MUI*. Diakses dari: <http://produk.halal.or.id>. Pada tanggal 24 desember 2014.
- DPHI. (2011). *Indonesian Halal Product Directory 2008-2009*. Jakarta: PT. Tribuwana Cahya Ananta.
- Eagly, Alice H and Shelly Chaiken. (1993). *The Psychology of Attitudes*. New York: HBJ.
- Fajar Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Feri Kusnandar. (2010). *FAQ tentang Pangan Halal*. Departemen Ilmu Teknologi Pangan- IPB. Diakses dari: <http://itp.fateta.ipb.ac.id>. Pada tanggal 8 Juli 2015.
- Fishbein, Martin, and Icek Ajzen. 2004. *Attitudes, Personality and Behavior*. New York: Open University Press.
- Hafidz Muftisany. (2015). *Tips Mengetahui Masa Berlaku Sertifikat Halal MUI*. Diakses dari: <http://www.republika.co.id>. Pada tanggal 16 Jui 2015.
- Ibnu Syafa'at. (2014). *MUI baru Keluarkan 13.136 Sertifikat Halal dari jumlah 155.774 Produk yang Beredar*. Diakses dari: <http://www.hidayatullah.com>. Pada tanggal 24 desember 2014.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*. Jakarta. 2008 hlm. 655.
- Kementrian Agama. (2014). *Laporan Tahunan Kehidupan Keagamaan 2013*. Diunduh dari: www.academia.edu. Pada tanggal 20 Juni 2015.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Majelis Ulama Indonesia. (2011). *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*. Jakarta: Erlangga

Mujamil Qomar. (2005). *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*. Jakarta: Erlangga.

Muljono Damopolii. (2011). *Pesantren Modern IMMIM Pencetak Muslim Modern*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI, Jambi. Kemenag.co.id. diakses tanggal 2 Desember 2014.

Peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal dan ikan pangas.

Peter J. Paul, and Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih bahasa: Damos Sihombing, Sumarti, Yati, Edisi 4, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Pusat Halal.com. (2012). *Masih banyak Produk Berlabel Halal Palsu Beredar dimasyarakat* Diakses dari: <http://pusathalal.com>.

Roselina Ni Putu Novia Mandasari dan I Nyoman Nurcaya. (2009). *Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Mobil Toyota Agya di Kota Denpasar*. Artikel Ilmiah. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. Bali.

Saifuddin Azwar. (2004). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Saifuddin Azwar. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Saiful Arifin dkk. (2010). *Pengaruh Perceived Price dan Perceived Value pada Produk Bundling Terhadap Minat Beli*. Artikel Ilmiah. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya.

Schiffman, Leon G, and Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behaviour Int Edition*. New Jersey: Prenhallindo.

Stanton, William J. (1984). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsini Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharsini Arikunto. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukardi. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Sutrisno hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syofian Siregar. (2010). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang-undang No. 7 Tahun 1996 Tentang Pangan.
- Undang-undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.
- Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wahid Sulaiman. (2004). *Analisis regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus dan Pemecahannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yeni Susanti dan Tri Gunarsih. (2008). *Pengaruh Sikap terhadap Perilaku, Faktor Sosial dan Kontrol Keperilakuan yang dirasakan terhadap Minat Pembelian Tiket Secara Online*. Nasional Conference on management research.
- Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin. (2012). *Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1.
- Zainal Mustafa EQ. (2013). *Mengurangi Variabel Hingga Instrumenasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

A. Instrumen Uji Coba

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP NIAT MEMBELI MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL
(Study pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Barokah)

Nama :

Universitas :

Assalamu'alaikum wr, wb.

Saya mengucapkan terimakasih sebelumnya karena anda bersedia berpartisipasi dalam penelitian saya. Adapun penelitian ini diadakan dalam rangka penulisan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan pada jurusan Pendidikan Ekonomi UNY. Saya menjamin kerahasiaan anda sebagai kode etik penelitian.

Hormat saya

Fatkhuromah

Berilah tanda (X) pada alternatif jawaban yang menurut anda paling benar!

A. Angket tentang Pemahaman Label Halal

1. Sertifikasi halal di Indonesia berlaku selama berapa tahun?
 - a. 1 tahun
 - b. 2 tahun
 - c. 3 tahun
 - d. Selama masih berproduksi
2. Tujuan sertifikasi halal adalah...
 - a. Untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin yang mengkonsumsinya.
 - b. Untuk meningkatkan brand produk, sehingga produk dikenal oleh konsumen.
 - c. Untuk menarik perhatian konsumen, sehingga berminat untuk membeli produk.
 - d. Untuk memberikan untung pada pihak yang berkepentingan saja.

3. Dibawah ini yang merupakan label halal resmi adalah:

a.



b.



4. Label halal resmi MUI adalah....

- a. Label yang biasanya menempel dikemasan sebuah produk.
- b. Label bertuliskan halal yang dibuat oleh produsen untuk menjamin kehalalan.
- c. Label yang diberikan oleh LPPOM MUI untuk menjamin kehalalan.
- d. Label yang dibuat oleh produsen untuk memberikan informasi bahwa produk tersebut halal.

5. Label halal diberikan setelah dilakukan pemeriksaan produk kecuali pada.....

- a. Proses pengolahannya
- b. Ruang produksinya
- c. Peralatannya
- d. karyawannya

6. Dibawah ini yang bukan merupakan fungsi label halal bagi konsumen adalah....

- a. Memberikan informasi bahwa produk dijamin kehalalannya oleh LPPOM-MUI.
- b. Memberikan informasi kepada konsumen bahwa produk yang dibeli dijamin kebersihannya.
- c. Memberikan informasi bahwa harganya lebih mahal daripada produk yang tidak berlabel halal.
- d. Memberikan informasi kepada konsumen bahwa produk yang dibeli berkualitas tinggi dari sisi kesehatan karena sudah melalui proses pengujian sertifikasi halal.

7. Fungsi label halal salah satunya menunjukkan bahwa produk tersebut memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at islam. Yang termasuk syarat kehalalan sesuai dengan syari'at islam adalah sebagai berikut, kecuali

...

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi
- b. Tidak mengandung khamr dan produk turunannya
- c. Bangkai yang berasal dari hewan darat
- d. Bangkai yang berasal dari hewan laut

8. Informasi penting yang terkandung dalam logo label halal adalah...
 - a. Produsen yang membuat produk
 - b. Bahan-bahan yang terkandung dalam makanan
 - c. Nilai gizi yang terkandung dalam makanan
 - d. Jaminan kehalalan produk
9. Label halal di Indonesia saat ini diterbitkan oleh....
 - a. DEPAG
 - b. BPJPH
 - c. LPPOM-MUI
 - d. BPOM
10. Setelah Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan produk halal nanti benar-benar dilaksanakan, label halal resmi di Indonesia diterbitkan oleh...
 - a. LPPOM-MUI
 - b. BPOM
 - c. DEPAG
 - d. BPJPH

Alternatif Jawaban untuk angket faktor sosial dan niat membeli :

- SS = Sangat setuju
S = Setuju
TS = Tidak setuju
STS = Sangat tidak setuju

1. Angket tentang faktor sosial

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Di pesantren, saya diajarkan tentang makanan yang halal. Sehingga, sewajarnya saya membeli makanan kemasan yang berlabel halal.				
2.	Di pesantren, budaya mengkonsumsi harus yang halal, sehingga saya merasa kurang aman jika membeli makanan yang tidak berlabel halal.				
3.	Beberapa keluarga saya sering membeli makanan kemasan berlabel halal.				
4.	Orang tua saya menyarankan untuk membeli makanan kemasan yang berlabel halal.				
5.	Saya berkeinginan membeli makanan berlabel halal bukan karena saya tinggal dipesantren, tetapi karena saya lebih berhati-hati.				
6.	Sebagai seorang santri, lebih baik membeli makanan kemasan yang berlabel halal.				
7.	Untuk mengamalkan pengetahuan dan ilmu yang telah saya pelajari di pesantren, saya lebih berhati-hati dalam membeli makanan kemasan dalam hal kehalalannya.				
8.	Saya lebih berhati-hati dalam membeli makanan kemasan bukan karena status dan peran saya sebagai santri, tetapi karena memang sifat saya yang lebih teliti.				
9.	Label halal bukan merupakan prioritas utama keluarga saya dalam hal niat membeli makanan kemasan.				

2. Angket tentang niat membeli

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya tertarik dengan berita-berita dan topik-topik baru tentang makanan kemasan berlabel halal.				
2.	Saya merasa perlu untuk mencari informasi makanan kemasan berlabel halal sebelum membelinya.				
3.	Saya tidak pernah membaca informasi makanan kemasan berlabel halal.				
4.	Saya memperhitungkan keuntungan dan kerugian yang akan saya dapat ketika akan membeli makanan kemasan berlabel halal.				
5.	Saya memperhatikan harga sebelum membeli makanan kemasan berlabel halal.				
6.	Saya tidak mempertimbangkan banyak hal ketika akan membeli makanan kemasan berlabel halal.				
7.	Saya mempunyai keinginan untuk mencoba makanan kemasan berlabel halal.				
8.	Saya bersedia mencoba makanan kemasan berlabel halal.				
9.	Saya enggan mencoba makanan kemasan berlabel halal.				
10.	Saya ingin tahu keunggulan makanan kemasan berlabel halal.				
11.	Saya penasaran dengan nilai positif dan negatif makanan kemasan berlabel halal.				
12.	Saya tidak tertarik untuk mengetahui produk makanan kemasan berlabel halal.				
13.	Saya lebih berkeinginan mengkonsumsi makanan kemasan berlabel halal daripada yang tidak berlabel halal.				
14.	Saya lebih berkeinginan membeli makanan kemasan berlabel halal dari pada yang tidak berlabel halal.				
15.	Saya selalu berkeinginan menikmati makanan kemasan yang tidak berlabel halal.				

Lampiran 1

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen (X1) Pemahaman Label Halal

HASIL ANALISIS SOAL PILIHAN GANDA

Satuan Pendidikan	:	PP Al Barokah
Nama Tes	:	Pemahaman Label Halal
Mata Pelajaran	:	Ekonomi
Kelas/Program	:	Santri Mahasiswa
Tanggal Tes	:	2 Mei 2015
SK/KD	:	¾

No Butir	Daya Beda		Tingkat Kesukaran		Alternatif Jawaban Tidak Efektif	Keterangan
	Koefisien	Keterangan	Koefisien	Keterangan		
1	0,295	Cukup Baik	0,367	Sedang	-	Baik
2	0,284	Cukup Baik	0,700	Sedang	-	Baik
3	0,602	Baik	0,733	Mudah	-	Cukup Baik
4	0,496	Baik	0,867	Mudah	-	Cukup Baik
5	0,556	Baik	0,700	Sedang	-	Baik
6	0,478	Baik	0,700	Sedang	-	Baik
7	0,519	Baik	0,633	Sedang	-	Baik
8	0,326	Baik	0,533	Sedang	-	Baik
9	0,422	Baik	0,833	Mudah	-	Cukup Baik
10	0,261	Cukup Baik	0,300	Sedang	-	Baik

No Butir	Percentase Jawaban						Jumlah
	A	B	C	D	E	Lainnya	
1	36,7*	20,0	10,0	33,3	-	0,0	100,0
2	6,7	10,0	70*	13,3	-	0,0	100,0
3	3,3	16,7	73,3*	6,7	-	0,0	100,0
4	6,7	3,3	86,7*	3,3	-	0,0	100,0
5	6,7	6,7	16,7	70*	-	0,0	100,0
6	3,3	6,7	70*	20,0	-	0,0	100,0
7	3,3	10,0	63,3*	23,3	-	0,0	100,0
8	10,0	6,7	30,0	53,3*	-	0,0	100,0
9	6,7	6,7	83,3*	3,3	-	0,0	100,0
10	30,0	23,3	16,7	30*	-	0,0	100,0

2. Uji Validitas dan Reliabilitas (X2) Faktor Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	25.6000	11.903	.390	.811
VAR00002	25.9000	10.162	.721	.770
VAR00003	25.9667	10.930	.572	.791
VAR00004	25.6667	10.644	.611	.785
VAR00005	26.2000	10.786	.451	.809
VAR00006	25.3667	12.033	.449	.806
VAR00007	25.5000	11.776	.495	.801
VAR00008	25.8333	10.971	.533	.795
VAR00009	26.2333	10.875	.459	.807

3. Uji Validitas dan Reliabilitas (Y) Niat Membeli

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	44.1667	20.902	.477	.819
VAR00002	44.0667	21.030	.424	.822
VAR00003	44.0333	21.964	.400	.824
VAR00004	43.8000	18.993	.616	.808
VAR00005	44.6000	20.524	.477	.819
VAR00006	44.3667	24.861	-.273	.861
VAR00007	43.9333	20.202	.455	.821
VAR00008	43.8000	21.062	.454	.820
VAR00009	44.0000	21.310	.333	.828
VAR00010	44.0000	19.586	.736	.803
VAR00011	43.9000	19.679	.642	.808
VAR00012	44.0333	20.930	.480	.819
VAR00013	43.7667	20.530	.555	.814
VAR00014	43.8333	19.661	.685	.805
VAR00015	43.5667	21.357	.372	.825

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN KEMASAN
BERLABEL HALAL
(Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Barokah)

Nama :
Universitas :

Assalamu'alaikum wr, wb.

Saya mengucapkan terimakasih sebelumnya karena anda bersedia berpartisipasi dalam penelitian saya. Adapun penelitian ini diadakan dalam rangka penulisan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan pada jurusan Pendidikan Ekonomi UNY. Saya menjamin kerahasiaan anda sebagai kode etik penelitian.

Hormat saya

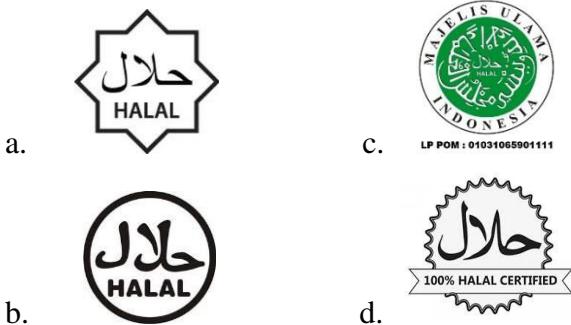
Fatkhuohmah

Berilah tanda (X) pada alternatif jawaban yang menurut anda paling benar!

A. Angket tentang Pemahaman Label Halal

1. Sertifikat halal di Indonesia berlaku selama berapa tahun?
 - a. 2 tahun
 - b. 3 tahun
 - c. 4 tahun
 - d. 5 tahun
2. Tujuan pemerintah mengadakan sertifikat halal adalah...
 - a. Untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan suatu perusahaan.
 - b. Untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga meningkatkan brand (image) produk dan produk dikenal oleh konsumen.

- c. Untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin yang mengkonsumsinya.
 - d. Untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga konsumen berminat untuk membeli produk.
3. Dibawah ini yang merupakan label halal resmi di Indonesia adalah....



4. Label halal resmi di Indonesia adalah....
- a. Label yang biasanya menempel dikemasan sebuah produk.
 - b. Label bertuliskan halal yang dibuat oleh produsen untuk menjamin kehalalan.
 - c. Label yang diberikan oleh LPPOM MUI untuk menjamin kehalalan suatu produk.
 - d. Label yang dibuat oleh produsen untuk memberikan informasi bahwa produk tersebut halal.
5. Label halal diberikan setelah dilakukan pemeriksaan produk oleh badan yang berwenang terkait dengan hal-hal berikut, kecuali.....
- a. Proses pengolahannya
 - b. Ruang produksinya
 - c. Tempat pendistribusiannya
 - d. Karyawannya
6. Dibawah ini yang bukan merupakan fungsi label halal bagi konsumen yakni...
- a. Memberikan informasi kepada konsumen bahwa produk yang dibeli dijamin kebersihannya.
 - b. Memberikan informasi bahwa produk dijamin kehalalannya oleh produsen.
 - c. Memberikan informasi bahwa harganya lebih mahal daripada produk yang tidak berlabel halal.
 - d. Memberikan informasi bahwa produk dijamin kehalalannya oleh LPPOM-MUI.

7. Fungsi label halal salah satunya menunjukkan bahwa produk tersebut memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at islam. Yang termasuk syarat kehalalan sesuai dengan syari'at islam adalah sebagai berikut, **kecuali** ...
- Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi
 - Daging hewan yang disembelih dengan menyebut nama Allah
 - Bangkai yang berasal dari hewan darat
 - Bangkai yang berasal dari hewan laut
8. Informasi penting yang terkandung dalam logo label halal adalah...
- Komposisi yang terkandung dalam produk
 - Bahan-bahan tambahan yang terkandung dalam produk
 - Lembaga yang mengeluarkan sertifikat halal
 - Jaminan kehalalan produk
9. Label halal resmi di Indonesia saat ini diterbitkan oleh....
- BPOM
 - DEPAG
 - LPPOM-MUI
 - BPJPH
10. Setelah Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan produk halal nanti benar-benar dilaksanakan, label halal resmi di Indonesia diterbitkan oleh...
- BPOM
 - DEPAG
 - LPPOM-MUI
 - BPJPH

Berilah tanda (V) pada salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai

Alternatif Jawaban untuk angket faktor sosial dan niat membeli :

SS = Sangat setuju

S = Setuju

TS = Tidak setuju

STS = Sangat tidak setuju

1. Angket tentang faktor sosial

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Di pesantren, saya diajarkan tentang makanan yang halal. Sehingga, sewajarnya saya membeli makanan kemasan yang berlabel halal.				
2.	Di pesantren, budaya mengkonsumsi harus yang halal, sehingga saya merasa kurang aman jika membeli makanan yang tidak berlabel halal.				
3.	Saya merasa malu jika keluarga saya menyarankan membeli makanan berlabel halal, tapi saya membeli yang tidak berlabel halal.				
4.	Orang tua saya menyarankan untuk membeli makanan kemasan yang berlabel halal.				
5.	Saya tidak merasa malu jika membeli makanan yang tidak berlabel halal, walapun budaya dan ajaran di pesantren mengkonsumsi makanan berlabel halal.				
6.	Sebagai seorang santri, lebih baik membeli makanan kemasan yang berlabel halal.				
7.	Untuk mengamalkan pengetahuan dan ilmu yang telah saya pelajari di pesantren, saya lebih berhati-hati dalam membeli makanan kemasan dalam hal kehalalannya.				
8.	Saya tidak peduli makanan yang saya beli berlabel halal atau tidak, walaupun saya seorang santri.				
9.	Label halal bukan merupakan prioritas utama keluarga saya dalam hal niat membeli makanan				

	kemasan.				
--	----------	--	--	--	--

2. Angket tentang niat membeli

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya tertarik dengan berita-berita dan topik-topik baru tentang makanan kemasan berlabel halal.				
2.	Sebelum membeli produk makanan kemasan, saya tertarik mencari tahu terlebih dahulu tentang status kehalalannya.				
3.	Saya tidak pernah membaca informasi makanan kemasan berlabel halal.				
4.	Saya memprediksi manfaat yang akan saya dapat jika membeli makanan yang berlabel halal daripada makanan yang tidak berlabel halal.				
5.	Saya memperhatikan harga jika akan membeli makanan kemasan berlabel halal.				
7.	Saya tertarik mencoba makanan kemasan berlabel halal.				
8.	Saya bersedia mencoba makanan kemasan berlabel halal.				
9.	Saya enggan mencoba makanan kemasan berlabel halal.				
10.	Saya ingin tahu keunggulan makanan kemasan berlabel halal.				
11.	Saya penasaran dengan nilai positif dan negatif makanan kemasan berlabel halal.				
12.	Saya tidak tertarik untuk mengetahui produk makanan kemasan berlabel halal.				
13.	Saya lebih berkeinginan mengkonsumsi makanan kemasan berlabel halal daripada yang tidak berlabel halal.				
14.	Saya lebih berkeinginan membeli makanan kemasan berlabel halal dari pada yang tidak berlabel halal.				
15.	Saya selalu berkeinginan menikmati makanan kemasan yang tidak berlabel halal.				

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

A. Data Hasil Penelitian Pemahaman Label Halal

PEMAHAMAN LABEL HALAL											JUMLAH
NOMOR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	8
2	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	5
3	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	7
4	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	7
5	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	5
6	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	7
7	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8
8	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	8
9	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	6
10	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	7
11	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	6
12	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	6
13	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	8
14	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	7
15	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8
16	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	7
17	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	7
18	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	5
19	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	5
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10

21	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	5
22	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	8
23	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	7
24	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	6
25	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	7
26	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	6
27	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	6
28	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	8
29	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	7
30	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	8
31	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	8
32	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	7
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
34	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	8
35	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
36	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	6
37	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	6
38	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	6
39	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	8
40	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	6
41	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	8
42	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	5
43	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5
44	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	6
45	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	7

46	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	3
47	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	6
48	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	6
49	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	8
50	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	8
51	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	7
52	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	7
53	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	5
54	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	8
55	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	6
56	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	6
57	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	6
58	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	6
59	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	6
60	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	6
61	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	8
62	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	6
63	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	6
64	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	5
65	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	7
66	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	6
67	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	8
68	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	7
69	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	8
70	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	6

71	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	6
72	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	8
73	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	5
74	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	7
75	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	6
76	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	6
77	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	8
78	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	4
79	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	5
80	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	6
81	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	8
82	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	4
83	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	6
84	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	7
85	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	5
86	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	6
87	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	6
88	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	6
89	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	5
90	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2
91	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3
92	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	3
93	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	8
94	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	5
95	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	6

96	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	7
97	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	6
98	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	6
99	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	5
100	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	6
101	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	7
102	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5
103	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	6
104	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	6
105	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	3
106	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	5
107	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	6
108	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	6
109	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5
110	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	6
111	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	6
112	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	6
113	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	5
114	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	6
115	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	5
116	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	6
117	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	5
118	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	7
119	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	6
120	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	5

121	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	6
122	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	5

B. Data Hasil Penelitian Faktor Sosial

FAKTOR SOSIAL		1	2	3	4	5	6	7	8	9	TOTAL
NOMOR		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	32
2	3	3	2	3	2	4	4	3	4	4	28
3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	31
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28
5	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	25
6	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	22
7	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	31
8	3	2	2	2	3	4	3	3	2	2	24
9	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	23
10	4	3	3	4	2	3	4	4	2	2	29
11	4	3	3	2	2	4	4	3	2	2	27
12	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	22
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
14	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	29
15	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
16	4	3	3	4	2	4	4	3	1	2	28
17	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	31
18	3	4	1	3	4	4	3	3	4	4	29

19	3	2	3	3	2	4	3	2	2	24
20	2	2	2	2	2	3	3	3	2	21
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
22	4	4	1	4	1	4	3	4	3	28
23	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
24	4	4	1	4	4	4	4	4	3	32
25	2	2	2	3	3	3	4	3	3	25
26	3	4	2	3	3	3	3	3	4	28
27	3	3	3	4	2	4	4	4	3	30
28	3	3	3	3	2	4	3	4	3	28
29	4	4	1	4	4	4	4	4	1	30
30	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
31	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
32	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
33	4	2	2	3	2	3	4	4	2	26
34	4	3	4	4	2	3	4	3	2	29
35	4	3	3	3	2	4	4	3	3	29
36	4	4	3	4	2	4	4	2	3	30
37	3	3	3	3	2	4	4	3	3	28
38	4	3	3	4	3	4	4	4	3	32
39	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32
40	3	3	3	3	2	4	4	3	3	28
41	4	3	4	3	2	4	3	3	3	29
42	4	3	4	3	3	4	4	4	3	32
43	3	3	2	2	2	2	2	2	3	21

44	4	4	2	1	4	2	2	1	2	22
45	4	4	3	4	4	3	4	3	3	32
46	4	1	1	1	1	4	4	1	1	18
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
50	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
51	3	2	3	3	2	3	3	3	3	25
52	3	3	2	3	2	3	2	3	3	24
53	4	4	3	2	3	3	3	3	2	27
54	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
55	4	4	4	4	1	4	4	4	3	32
56	4	4	1	2	3	4	4	2	2	26
57	4	4	1	3	4	3	4	4	4	31
58	4	4	4	1	2	4	4	3	4	30
59	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
60	3	3	2	3	2	3	4	2	2	24
61	3	3	2	2	3	3	4	3	2	25
62	4	4	1	4	3	4	4	4	4	32
63	3	2	2	3	3	4	4	3	2	26
64	3	2	2	2	2	3	3	2	3	22
65	4	3	1	3	2	3	3	3	2	24
66	4	3	1	3	2	3	4	3	2	25
67	4	3	3	4	2	3	3	2	2	26
68	4	3	2	3	2	3	3	3	4	27

69	4	3	3	2	2	4	4	2	2	26
70	4	3	4	3	3	3	3	3	4	30
71	4	4	2	2	3	4	4	3	3	29
72	4	4	2	3	3	4	4	4	3	31
73	4	2	3	4	2	3	4	3	3	28
74	3	3	2	3	2	2	3	3	2	23
75	3	2	2	1	2	3	2	2	1	18
76	3	4	2	2	2	3	4	2	2	24
77	3	3	3	2	3	3	3	3	2	25
78	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31
79	4	1	4	2	1	4	2	1	1	20
80	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
81	3	3	3	3	3	4	4	3	3	29
82	3	3	2	3	4	3	3	4	4	29
83	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32
84	4	4	4	3	2	3	4	2	2	28
85	4	3	4	3	3	4	4	4	3	32
86	4	4	4	4	3	3	4	3	4	33
87	3	3	3	2	2	3	2	3	2	23
88	4	4	4	4	1	4	4	4	4	33
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
90	3	2	2	3	3	1	3	1	2	20
91	4	3	3	2	3	3	2	3	3	26
92	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
93	2	2	2	2	2	2	3	2	1	18

94	3	3	3	3	3	2	2	2	2	23
95	4	4	1	4	4	4	4	4	3	32
96	4	4	3	3	2	3	3	3	3	28
97	4	3	3	3	3	3	4	4	3	30
98	4	4	3	3	4	4	3	3	2	30
99	4	2	4	4	3	4	4	1	1	27
100	3	4	2	2	4	4	4	4	3	30
101	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
102	3	3	3	3	2	3	3	4	2	26
103	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
104	3	4	1	3	4	3	3	3	2	26
105	4	4	1	4	3	4	4	4	3	31
106	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
107	4	4	2	2	3	4	4	2	3	28
108	4	3	3	3	2	2	3	3	2	25
109	4	3	4	3	3	3	3	4	3	30
110	4	3	1	4	4	4	4	3	3	30
111	4	4	4	4	1	4	4	2	3	30
112	4	4	4	4	1	4	4	2	3	30
113	4	3	2	1	2	4	3	2	2	23
114	4	3	3	3	3	4	3	3	3	29
115	4	4	3	3	2	4	4	3	3	30
116	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
117	4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
118	4	4	3	4	3	4	3	3	3	31

119	4	3	1	3	4	4	3	3	2	27
120	3	3	2	3	3	3	4	3	3	27
121	3	4	1	4	4	4	4	4	3	31
122	4	4	3	4	2	4	3	4	3	31

C. Data Hasil Penelitian Niat Membeli

NIAT MEMBELI

NOMOR	1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	12	13	14	15	TOTAL
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	43
2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	45
3	2	2	3	3	1	4	4	4	3	3	3	4	4	4	44
4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	40
5	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
6	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	38
7	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	44
8	3	3	4	1	1	2	3	4	3	3	2	4	3	4	40
9	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	38
10	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	47
11	2	2	2	4	2	4	4	3	4	4	2	3	3	2	41
12	2	2	2	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	42
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
15	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	1	4	4	4	47

16	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	47
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	42
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	45
19	3	2	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	42
20	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	42
21	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	46	
22	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	47	
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
24	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
25	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	49	
26	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	45	
27	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	41	
28	3	4	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	43	
29	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	48	
30	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	48	
31	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	48	
32	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	47	
33	3	2	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	45	
34	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	42	
35	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43	
36	2	3	2	4	1	4	4	3	3	3	3	4	3	4	43	
37	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	
38	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	41	
39	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	46	

40	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	38
41	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	43
42	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
43	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	38
44	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	41
45	4	4	3	4	2	2	4	3	2	2	2	3	3	4	42
46	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	35
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
48	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	40
49	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	50
50	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	50
51	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	38
52	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	43
53	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	41
54	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	47
55	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	46
56	3	3	3	2	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	40
57	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	40
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	41
59	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	38
60	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	41
61	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	48
62	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	41
63	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	1	40

64	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	39
65	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	38
66	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
67	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	42
68	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	42
69	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	43
70	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	40
71	4	4	3	4	2	4	4	1	4	3	3	4	4	4	48
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	43
73	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
74	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	37
75	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	28
76	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	43
77	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	33
78	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	48
79	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	42
80	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	4	4	3	40
81	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	49
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	41
83	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
84	2	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	43
85	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	46
86	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	43
87	3	3	1	3	2	3	3	3	4	3	1	2	2	3	36

88	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	1	41
89	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
90	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	4	2	2	3	37
91	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	35
92	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	47
93	2	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	45
94	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	36
95	3	4	3	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	48
96	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31
97	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	46
98	2	3	3	4	1	3	3	3	3	2	3	3	4	4	41
99	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	49
100	2	2	3	3	2	4	2	3	4	4	3	4	3	4	43
101	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
102	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	46
103	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
104	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	43
105	2	3	1	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	1	36
106	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
107	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	244
108	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
109	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	43
110	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	50
111	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	44

112	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
113	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	42
114	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	42
115	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	50	
116	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	41
117	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	42	
118	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	1	46	
119	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43	
120	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43	
121	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	46	
122	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	1	44	

Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		122
Normal Parameters ^{a,,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.54488727
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.730
Asymp. Sig. (2-tailed)		.661

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Niat Membeli *	Between Groups	236.225	8	29.528	1.909	.065
Pemahaman Label Halal	Linearity	117.454	1	117.454	7.592	.007
	Deviation from Linearity	118.771	7	16.967	1.097	.370
	Within Groups	1748.267	113	15.471		
	Total	1984.492	121			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Niat	Between (Combined)	522.853	16	32.678	2.348	.005
Membeli *	Groups	394.401	1	394.401	28.333	.000
Faktor	Linearity					
Sosial	Deviation from Linearity	128.452	15	8.563	.615	.857
	Within Groups	1461.638	105	13.920		
	Total	1984.492	121			

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26.802	2.635		10.17	.000		
Pemahaman Label Halal	.056	.024	.189	2.334	.021	.983	1.017
Faktor Sosial	.434	.083	.421	5.208	.000	.983	1.017

a. Dependent Variable: Niat Membeli

4. Uji Homosedastisitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.757	2	1.879	.350	.706 ^a
	Residual	639.027	119	5.370		
	Total	642.784	121			

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Pemahaman Label Halal

b. Dependent Variable: Absolut residu

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.085	1.708		1.806	.073	
	Pemahaman Label Halal	-.013	.016	-.076	-.821	.413	.983
	Faktor Sosial	.014	.054	.024	.264	.792	.983
							1.017

a. Dependent Variable: Absolut residu

Lampiran 4. Uji Regresi

A. Regresi Ganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Faktor Sosial, Pemahaman Label Halal ^a		.Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	.234	.221	3.575

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Pemahaman Label Halal

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	463.978	2	231.989	18.156	.000 ^a
Residual	1520.513	119	12.777		
Total	1984.492	121			

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Pemahaman Label Halal

b. Dependent Variable: Niat Membeli

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.802	2.635		10.171	.000
Pemahaman Label Halal	.056	.024	.189	2.334	.021
Faktor Sosial	.434	.083	.421	5.208	.000

a. Dependent Variable: Niat Membeli

B. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Variabel	a	Σxy^*	JK reg	R square	SR	SE
X1	0,056	1622.295	463.978	0,234	19,6%	4,6%
X2	0,434	859.902			80,4%	18,8%
Total				100%	23,4%	

*) diambil dari tabel *Corelation* pada kolom *Sum of Squares and Cross-product*

Correlations

		Pemahaman Label Halal	Faktor Sosial	Niat Membeli
Pemahaman Label Halal	Pearson Correlation	1	.129	.243**
	Sig. (2-tailed)		.156	.007
	Sum of Squares and Cross-products	22407.377	837.541	<u>1622.295</u>
	Covariance	185.185	6.922	13.407
	N	122	122	122
Faktor Sosial	Pearson Correlation	.129	1	.446**
	Sig. (2-tailed)	.156		.000
	Sum of Squares and Cross-products	837.541	1874.820	<u>859.902</u>
	Covariance	6.922	15.494	7.107
	N	122	122	122
Niat Membeli	Pearson Correlation	.243**	.446**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	1622.295	859.902	1984.492
	Covariance	13.407	7.107	16.401
	N	122	122	122

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

Lampiran 5. Pengkategorian Variabel Penelitian

1. Pemahaman Label Halal

PEMAHAMAN LABEL HALAL					
Skor Max	1	x	10	=	100
Skor Min	0	x	10	=	0
Mean ideal	100	/	2	=	50
St Deviasi ideal	100	/	6	=	17,00
Tinggi			: $X \geq M + SD$		
Sedang			: $M - SD \leq X < M + SD$		
Rendah			: $X < M - SD$		
Kategori			Skor		
Tinggi		:	$X \geq 67,00$		
Sedang		:	$33,00 \leq X < 67,00$		
Rendah		:	$X < 33,00$		

2. Faktor Sosial

FAKTOR SOSIAL					
Skor Max	4	x	9	=	36
Skor Min	1	x	9	=	9
Mean ideal	45	/	2	=	22,5
St Deviasi ideal	27	/	6	=	4,50
Tinggi			: $X \geq M + SD$		
Sedang			: $M - SD \leq X < M + SD$		
Rendah			: $X < M - SD$		
Kategori			Skor		
Tinggi		:	$X \geq 27,00$		
Sedang		:	$18,00 \leq X < 27,00$		
Rendah		:	$X < 18,00$		

3. Niat Membeli

NIAT MEMBELI					
Skor Max	4	x	14	=	56
Skor Min	1	x	14	=	14
Mean ideal	70	/	2	=	35
St Deviasi ideal	42	/	6	=	7,00
Tinggi			: $X \geq M + SD$		
Sedang			: $M - SD \leq X < M + SD$		
Rendah			: $X < M - SD$		
Kategori			Skor		
Tinggi		:	$X \geq 42,00$		
Sedang		:	$28,00 \leq X < 42,00$		
Rendah		:	$X < 28,00$		

Lampiran 6. Hasil Tabulasi Silang antar Variabel

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pemahaman Label Halal *	122	100.0%	0	.0%	122	100.0%
Niat membeli						
Faktor Sosial * Niat membeli	122	100.0%	0	.0%	122	100.0%

Pemahaman Label Halal * Niat Membeli

Crosstab

Count

		Niat Membeli		Total
		sedang	tinggi	
Pemahaman Label Halal	rendah	4	1	5
	sedang	36	35	71
	tinggi	9	37	46
Total		49	73	122

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.705 ^a	2	.001
Likelihood Ratio	15.482	2	.000
Linear-by-Linear Association	14.580	1	.000
N of Valid Cases	122		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,01.

Faktor Sosial * Niat Membeli

Crosstab

Count

		Niat Membeli		Total
		sedang	tinggi	
Faktor Sosial	sedang	24	17	41
	tinggi	25	56	81
Total		49	73	122

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	8.674 ^a	1	.003		
Continuity Correction ^b	7.560	1	.006		
Likelihood Ratio	8.621	1	.003		
Fisher's Exact Test				.006	.003
Linear-by-Linear Association	8.603	1	.003		
N of Valid Cases	122				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,47.

b. Computed only for a 2x2 table



PONDOK PESANTREN PUTRA PUTRI AI BAROKAH

Alamat : Blunyahrejo, TR II/1107 Karangwaru Yogyakarta 55241

Telp. (0247) 518644, 511121

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini, kami pengasuh pondok pesantren Al Barokah menerangkan bahwa:

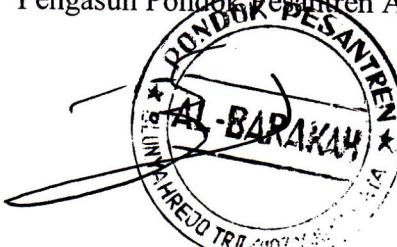
Nama : Fakthurohmah
NIM : 11404241033
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Fakultas Ekonomi UNY

Benar-benar telah melaksanakan penelitian di pondok pesantren Al Barokah pada bulan Mei 2015. Penelitian tersebut dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah)”.

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Juni 2015

Pengasuh Pondok Pesantren Al Barokah



K.H. Rosim Al Fatih, Lc.



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Karangmalang Yogyakarta, 0274 586168 Psw 387 (Jurusan Pendidikan Ekonomi)

No. : 938/UN.34.18/LT/2015
Hal : Permohonan Izin Penelitian

6 Mei 2015

**Kepada Yth
Gubernur Propinsi DIY Cq. Kepala Biro Administrasi Pembangunan Propinsi DIY
Kompleks Kepatihan, Danurejan
Yogyakarta.**

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bpk/Ibu, bahwa mahasiswa dari Jurusan Ekonomi angkatan tahun 2011 bermaksud mencari data untuk Tugas Akhir Skripsi, adapun mahasiswa tersebut adalah:

Nama/NIM : Fatkhurohmah/ 11404241033
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi
Keperluan : Mencari data guna Penyusunan Tugas Akhir Skripsi
Judul : PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP NIAT MEMBELI MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL (STUDI PADA SANTRI MAHASISWA PONDOK PESANTREN AL BAROKAH).

untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bpk/Ibu berkenan memberi ijin dan bantuan seperlunya.

Atas ijin dan bantuannya diucapkan terima kasih





PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SEKRETARIAT DAERAH

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814
(Hunting)
YOGYAKARTA 55213

operasi@yogyakarta.go.id

SURAT KETERANGAN / IJIN

070/REG/V/152/5/2015

Membaca Surat : WAKIL DEKAN I
Tanggal : 6 MEI 2015

Nomor : 938/UN.34.18/LT/2015
Perihal : IJIN PENELITIAN/RISET

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011, tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIIJINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : FATKHUROHMAH
Alamat : FAKULTAS EKONOMI, PENDIDIKAN EKONOMI , UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
Judul : PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP MINAT MEMBELI MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL (STUDI PADA SANTRI MAHASISWA PONDOK PESANTREN AL BAROKAH)
Lokasi : KANWIL KEMENTERIAN AGAMA DIY
Waktu : 8 MEI 2015 s/d 8 AGUSTUS 2015

NIP/NIM : 11404241033

Dengan Ketentuan

1. Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan *) dari Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
2. Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website adbang.jogjaprov.go.id dan menunjukkan cetakan asli yang sudah disahkan dan dibubuh cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ijin kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website adbang.jogjaprov.go.id;
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta

Pada tanggal 8 MEI 2015

A.n Sekretaris Daerah

Asisten Perekonomian dan Pembangunan

Ub.

Biro Administrasi Pembangunan

Setda Istimewa Yogyakarta



Tembusan :

1. GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (SEBAGAI LAPORAN)
2. WALIKOTA YOGYAKARTA C.Q DINAS PERIJINAN KOTA YOGYAKARTA
3. KANWIL KEMENTERIAN AGAMA DIY
4. WAKIL DEKAN I, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
5. YANG BERSANGKUTAN



PEMERINTAHAN KOTA YOGYAKARTA
DINAS PERIZINAN

Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta 55165 Telepon 514448, 515865, 515865, 515866, 562682
Fax (0274) 555241
E-MAIL : perizinan@jogjakota.go.id
HOTLINE SMS : 081227625000 HOT LINE EMAIL : upik@jogjakota.go.id
WEBSITE : www.perizinan.jogjakota.go.id

SURAT IZIN

NOMOR : 070/1791
3102/34

- Membaca Surat : Dari Surat izin/ Rekomendasi dari Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta
Nomor : 070/REG/V/152/5/2015 Tanggal : 8 Mei 2015
- Mengingat : 1. Peraturan Gubernur Daerah istimewa Yogyakarta Nomor : 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah;
3. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemberian Izin Penelitian, Praktek Kerja Lapangan dan Kuliah Kerja Nyata di Wilayah Kota Yogyakarta;
4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dinas Perizinan Kota Yogyakarta;
5. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 20 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta;
- Dijinkan Kepada : Nama : FATKHUROHMAH
No. Mhs/ NIM : 11404241033
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Ekonomi - UNY
Alamat : Kampus Karangmalang Yogyakarta
Perianggungjawab : Sri Sumardiningsih, M.Si
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN KEMASAN BERLEBEL HALAL (STUDI PADA SANTRI MAHASISWA PONDOK PESANTREN AL-BAROKAH)
- Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta
Waktu : 8 Mei 2015 s/d 8 Agustus 2015
Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan
Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberikan Laporan hasil Penelitian berupa CD kepada Walikota Yogyakarta (Cq. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta)
2. Wajib Menjaga Tata tertib dan menaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat
3. Izin ini tidak disaiahggunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kesetabilan pemerintahan dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah
4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya ketentuan-ketentuan tersebut diatas

Kemudian diharap para Pejabat Pemerintahan setempat dapat memberikan bantuan seperlunya

Tanda Tangan
Pemegang Izin

FATKHUROHMAH



Dikeluarkan di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 11-5-2015
An. Kepala Dinas Perizinan
Sekretaris

Drs. HARDONO
NIP. 195804101985031013

Tembusan Kepada :

- Yth 1.Walikota Yogyakarta (sebagai laporan)
2.Ka. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY
3.Pengelola Pondok Pesantren AL BAROKAH Yogyakarta