

**PENGARUH RELIGIUSITAS, NORMA SUBYEKTIF DAN *PERCEIVED  
BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK  
MAKANAN RINGAN BERLABEL HALAL  
(STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA)**

**SKRIPSI**

Ditujukan kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



**Disusun Oleh :**  
**EKAWATI LABIBAH HANDAYANI ROIS**  
**NIM. 11404244037**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2016**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH RELIGIOSITAS, NORMA SUBYEKTIF DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN RINGAN BERLABEL HALAL  
(STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA)**



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

Yogyakarta, 14 Desember 2015

Dosen Pembimbing

Maimun Sholeh, M.Si  
NIP. 19660606 200501 1 002

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

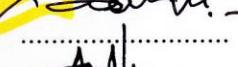
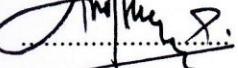
**PENGARUH RELIGIOSITAS, NORMA SUBYEKTIF DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN RINGAN BERLABEL HALAL  
(STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh:

EKAWATI LABIBAH HANDAYANI ROIS  
NIM 11404244037

Telah dipertahankan di depan TIM Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 31 Desember 2015.

Tim Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Losina Purnastuti, Ph. D	Ketua Penguji		18 Januari 2016
Maimun Sholeh, M.Si	Sekretaris Penguji		19 Januari 2016
Sri Sumardiningsih, M.Si	Penguji Utama		18 Januari 2016

Yogyakarta, 20 Januari 2016

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 002

## **PERNYATAAN**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ekawati Labibah Handayani Rois

NIM : 11404244037

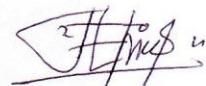
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif, *Perceived Behavioral Control* Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)

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, 31 Desember 2015

Penulis



Ekawati Labibah Handayani Rois

NIM 11404244037

## **MOTTO**

Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah: 5-8)

“Jangan pernah menyerah, bekerja keraslah, lakukan yang terbaik”.

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

*Dengan penuh rasa syukur, kupersembahkan karyaku ini untuk:*

- ❖ *Kedua orangtuaku tercinta, Bapak Rohib Winastuan, B.Sc dan Ibu Ismiyatî yang selalu memberikan motivasi, semangat dan mendoakan aku dengan tulus setiap saat agar aku bisa menjadi orang yang berhasil. Terimakasih atas segala doa, kasih sayang, dan dukungannya selama ini.*
- ❖ *Adikku tersayang Muhammad Rafi' Fajriyanto*
- ❖ *Teman-teman Pendidikan Ekonomi Non Reguler 2011*

**PENGARUH RELIGIUSITAS, NORMA SUBYEKTIF DAN *PERCEIVED  
BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK  
MAKANAN RINGAN BERLABEL HALAL  
(STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA)**

**Oleh:  
EKAWATI LABIBAH HANDAYANI ROIS  
NIM 11404244037**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi angkatan 2013 dan 2014 sejumlah 870 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*. Sampel yang digunakan 174 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis regresi ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,227, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,532, dan nilai signifikansi 0,001. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,348, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,337, dan nilai signifikansi 0,021. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,292, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,128, dan nilai signifikansi 0,002. (4) Terdapat pengaruh religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* secara bersama-sama terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 32,966 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

**Kata Kunci:** Religiusitas, Norma Subyektif, Perceived Behavioral Control, Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal

**THE EFFECTS OF RELIGIOSITY, SUBJECTIVE NORMS, AND  
PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL ON THE INTENTION TO BUY  
HALAL-LABELED SNACK PRODUCTS (A STUDY OF MOSLEM  
STUDENTS AT THE FACULTY OF ECONOMICS, YOGYAKARTA STATE  
UNIVERSITY)**

By:  
**EKAWATI LABIBAH HANDAYANI ROIS**  
**NIM 11404244037**

**ABSTRACT**

*This study aims to investigate the effects of religiosity, subjective norms, and perceived behavioral control on the intention to buy halal-labeled snack products among Moslem students at the Faculty of Economics (FE), Yogyakarta State University (YSU).*

*This was an ex post facto study employing the quantitative approach. The research population comprised all Moslem students of the 2013 and 2014 admission years at FE with a total of 870 students. The sample, consisting of 174 students, was selected by means of the snowball sampling technique. The data were collected through a questionnaire. They were analyzed by means of multiple regression.*

*The results of the study show that: (1) there is a significant positive effect of religiosity on the intention to buy halal-labeled snack products among Moslem students at FE, YSU, with a regression coefficient of 0.227,  $t_{observed}=3.532$ , and a significance value of 0.001; (2) there is a significant positive effect of subjective norms on the intention to buy halal-labeled snack products among Moslem students at FE, YSU, with a regression coefficient of 0.348,  $t_{observed}= 2.337$ , and a significance value of 0.021; (3) there is a significant positive effect of perceived behavioral control on the intention to buy halal-labeled snack products among Moslem students at FE, YSU, with a regression coefficient of 0.292,  $t_{observed}=3.128$ , and a significance value of 0.002; and (4) there are effects of religiosity, subjective norms, an perceived behavioral control as an aggregate on the intention to buy halal-labeled snack products among Moslem students at FE, YSU, with  $F_{observed}= 32.966$  and a significance value of 0.000.*

**Keywords:** Religiosity, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Intention to Buy Halal-labeled Snack Products

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karuniaNya sehingga penulis telah menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)” dengan lancar. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk dapat menimba ilmu di universitas ini.
2. Dekan FE UNY yang telah memberikan ijin untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah membantu banyak hal dalam masa perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir skripsi.
4. Maimun Sholeh, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dengan penuh perhatian, kesabaran dan ketelitian serta memberikan saran yang membangun untuk penulisan skripsi ini.
5. Sri Sumardiningsih, M.Si., selaku narasumber dan penguji utama yang telah memberikan arahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.

6. Bambang Suprayitno, M.Sc, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihatnya selama masa studi.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu selama kuliah serta sumbangsih dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY angkatan 2013-2014 yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
9. Seluruh teman-teman pendidikan ekonomi, khususnya teman-teman angkatan 2011 kelas B yang telah menjadi sahabat yang baik dalam masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan menjadi penyemangat dalam penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan baik yang bersifat moral maupun material selama penelitian hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini dapat menjadi amal baik dan ibadah, serta mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin, apabila masih terdapat kekurangan penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 31 Desember 2015  
Penulis



Ekawati Labibah Handayani Rois

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	iv
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	v
<b>HALAMAN PERSEMAHAN.....</b>	vi
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>ABSTRACT .....</b>	viii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xi
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II. KAJIAN TEORI .....</b>	13
A. Deskripsi Teori .....	13
1. Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ).....	13
2. Niat ( <i>Intention</i> ) .....	16
a. Aspek-aspek Niat.....	17
b. Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal .....	17
3. Norma Subyektif ( <i>Subjective Norm</i> ).....	18
4. Kontrol Perilaku Persepsian ( <i>Perceived Behavioral Control</i> )..	20
5. Religiusitas.....	22
a. Dimensi-dimensi Religiusitas .....	24
1) Dimensi Keyakinan ( <i>ideologis</i> ) .....	25
2) Dimensi Praktek Agama ( <i>ritualistik</i> ) .....	25
3) Dimensi Penghayatan ( <i>eksperiensial</i> ).....	25
4) Dimensi Pengetahuan Agama ( <i>intelektual</i> ).....	25
5) Dimensi Pengamalan ( <i>konsekuensial</i> ) .....	26
6. Konsep Halal.....	28
7. Produk Makanan Ringan .....	32
8. Label Halal.....	34
B. Penelitian yang Relevan .....	36
C. Kerangka Berpikir .....	39
D. Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	44
A. Desain Penelitian .....	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44

C.	Variabel Penelitian .....	45
D.	Definisi Operasional dan Konseptualisasi .....	45
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	51
G.	Instrumen Penelitian .....	52
H.	Uji Coba Instrumen .....	55
	1. Uji Validitas Instrumen .....	56
	2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	60
I.	Teknik Analisis Data .....	61
	1. Analisis Deskriptif .....	61
	2. Uji Prasyarat Analisis .....	62
<b>BAB IV.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	69
A.	Deskripsi Data .....	69
	1. Deskripsi Umum Subjek Penelitian.....	69
	a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan .....	69
	b. Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan.....	70
	2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	71
	a. Religiusitas .....	71
	b. Norma Subyektif.....	73
	c. <i>Perceived Behavioral Control</i> .....	75
	d. Niat Membeli .....	77
B.	Pengujian Prasyarat Analisis .....	79
	1. Uji Normalitas .....	79
	2. Uji Linearitas .....	80
	3. Uji Multikolinearitas.....	81
	4. Uji Homokesdastistas .....	82
C.	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	83
	1. Mencari Persamaan Garis Regresi Ganda .....	83
	2. Uji Simultan (Uji F).....	83
	3. Uji Parsial (Uji t) .....	84
	4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86
	5. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) .....	87
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
<b>BAB V.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	93
A.	Kesimpulan.....	93
B.	Saran .....	95
C.	Keterbatasan .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		97
<b>LAMPIRAN .....</b>		101

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Jumlah Populasi Penelitian .....	48
2. Jumlah Sampel Penelitian .....	51
3. Kisi-kisi Kuesioner Religiusitas .....	52
4. Kisi-kisi Kuesioner Norma Subyektif.....	53
5. Kisi-kisi Kuesioner <i>Perceived Behavioral Control</i> .....	53
6. Kisi-kisi Kuesioner Niat Membeli .....	53
7. Skor Alternatif Jawaban Instrumen.....	55
8. Uji Validitas Instrumen Religiusitas .....	57
9. Uji Validitas Instrumen Norma Subyektif .....	58
10. Uji Validitas Instrumen <i>Perceived Behavioral Control</i> .....	59
11. Uji Validitas Instrumen Niat Membeli.....	60
12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	61
13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	69
14. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	70
15. Kategori Kecenderungan Religiusitas.....	73
16. Kategori Kecenderungan Norma Subyektif .....	75
17. Kategori Kecenderungan <i>Perceived Behavioral Control</i> .....	77
18. Kategori Kecenderungan Niat Membeli .....	79
19. Ringkasan Hasil Uji Normalitas .....	80
20. Ringkasan Hasil Uji Linearitas .....	81
21. Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
22. Ringkasan Hasil Uji Homosedastisitas .....	82
23. Rangkuman Hasil Analisis Regresi .....	83
24. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) .....	87

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	16
2. Label Halal Ressmi MUI .....	35
3. Label Halal Palsu .....	35
4. Paradigma Penelitian .....	42
5. Diagram Batang Variabel Religiusitas .....	72
6. Diagram Batang Variabel Norma Subyektif .....	74
7. Diagram Batang Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> .....	76
8. Diagram Batang Niat Membeli .....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Instrumen Penelitian .....	102
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	118
3. Tabulasi Data Penelitian .....	144
4. Kategori Variabel.....	166
5. Uji Prasyarat Analisis .....	176
6. Analisis Regresi Ganda.....	181
7. Surat Penelitian .....	186

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia dan sangat penting bagi keberlangsungan hidup. Makanan dapat mempengaruhi kesehatan manusia, maka diperlukan makanan yang memiliki kandungan yang baik bagi tubuh. Dewasa ini, dengan adanya pasar bebas dan industri makanan yang kian berkembang maka semakin beragamnya produk makanan yang beredar di masyarakat. Disatu sisi kondisi seperti ini memberikan manfaat bagi konsumen, mereka semakin mudah untuk memenuhi kebutuhannya dan memiliki kebebasan untuk memilih berbagai jenis produk makanan yang mereka inginkan sesuai dengan kemampuannya. Namun, perlu disadari terkadang masih banyak produk makanan yang masih diragukan kehalalannya. Seperti halnya semakin banyak produk-produk makanan impor yang berasal dari luar negeri yang belum tentu kehalalannya.

Makanan yang dikonsumsi tidak hanya yang mengenyangkan tetapi apakah kandungan yang terdapat dalam makanan itu halal atau tidak. Kehalalan suatu produk merupakan hal yang sangat penting dalam pemilihan produk makanan terutama bagi umat Islam. Halal atau tidak suatu produk makanan merupakan suatu keamanan pangan yang mendasar bagi umat Islam. Karena mengkonsumsi makanan halal merupakan kewajiban bagi setiap muslim.

Dalam agama Islam jelas telah diatur mengenai makanan halal dan haram. Kata “halal” berasal dari bahasa Arab yang berarti disahkan, diizinkan dan diperbolehkan. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan untuk dimakan menurut ketentuan syariat Islam dan tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap kesehatan. Makanan haram adalah makanan yang tidak diperbolehkan atau dilarang untuk dimakan dalam syariat Islam dan mempunyai dampak negatif bagi kesehatan.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan, definisi pangan halal (pasal 1 ayat 5) adalah:

“Pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam”.

Terdapat berbagai jenis makanan yang beredar di masyarakat, salah satunya adalah makanan ringan atau snack dalam kemasan. Makanan ringan merupakan salah satu jenis kudapan atau snack yang sering kita jumpai di manapun kita berada, baik di warung maupun supermarket. Mengkonsumsi makanan ringan atau snack dalam kemasan sudah menjadi kebiasaan bagi masyarakat, terutama anak-anak dan remaja, tak terkecuali juga bagi mahasiswa. Makanan ringan atau snack adalah makanan yang

dibuat dengan tujuan bukan sebagai makanan utama serta disajikan dan dikonsumsi saat-saat bukan waktu utama makan. Yang termasuk dalam kategori makanan ringan adalah krupuk, kripik, biskuit, chiki- chikian serta kacang-kacangan. Produk makanan ringan dalam kemasan kian banyak beredar di masyarakat. Namun belum tentu semua produk makanan tersebut memiliki label halal. Apalagi produk makanan ringan atau snack yang diimpor dari luar negri. Untuk itu masyarakat perlu berhati-hati dalam memilih produk makanan ringan.

Berkaitan dengan perhatian mahasiswa terhadap label halal pada produk makanan kemasan, berdasarkan hasil pengamatan pra penelitian, tidak semua mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY dengan cermat memperhatikan label halal yang terdapat pada kemasan terlebih dahulu ketika ingin membeli produk makanan. Penelitian Nurul Huda dan Muchlisin (2014) dalam SUHUF, Vol. 26, No. 1, Mei 2014: 57-66 yang berjudul “Pengaruh Label Halal Pada Makanan Terhadap Konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta” menunjukkan bahwa mahasiswa FAI UMS tidak semuanya memperhatikan label halal produk makanan sebagaimana yang terdapat pada kemasan. Ini menandakan label halal MUI secara signifikan tidak berpengaruh terhadap pilihan mahasiswa ketika hendak mengkonsumsi makanan. Padahal sebagai seorang muslim seharusnya jangan sampai mengabaikan pentingnya produk yang berlabel halal. Label halal yang dimaksud adalah yang resmi dari LPPOM-MUI, karena terdapat banyak

label halal palsu yang beredar di masyarakat. Seperti yang telah diungkapkan oleh Direktur LPPOM-MUI Lukmanul Hakim pada Agustus 2012 bahwa 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) ([www.pusatthalal.com](http://www.pusatthalal.com)).

Jika dilihat dari besarnya jumlah penduduk muslim Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2010 yang mencapai 207.176.162 jiwa atau sebesar 87,18 persen, maka menjadikan Indonesia sebagai pasar konsumen muslim yang besar. Dengan besarnya konsumen muslim, Indonesia memiliki peluang dalam pasar produk halal dunia. Di Indonesia, menurut World Halal Forum, potensi pasar makanan halal mencapai USD 78,5 miliar (2010), merupakan pasar yang terbesar di dunia (inventure.id).

Namun jika dilihat realitanya masalah sertifikasi halal masih kurang menjadi perhatian bagi produsen. Menurut data Badan Standardisasi Nasional (BSN) yang dikutip dalam surat kabar elektronik ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)) pada Jumat, 7 Maret 2014 menyatakan bahwa, “Jumlah produk yang mendapat sertifikasi halal Indonesia masih di bawah 20 persen. Sertifikasi halal di dalam negeri masih sangat jauh terpaut dari negara Malaysia yang sudah mencapai 90 persen”.

Ini menandakan bahwa kesiapan Indonesia untuk bersaing dalam pasar produk halal dunia masih jauh jika dibandingkan dengan Malaysia.

Padahal produk halal kini kian diminati oleh pasar dunia, tidak hanya negara yang mayoritas penduduknya muslim tetapi juga negara yang minoritas muslim, seperti Eropa dan Amerika Serikat. Menurut *Global State of Islamic Economic*, permintaan produk halal dunia akan mengalami pertumbuhan sebesar 9,5% dalam waktu 6 tahun ke depan. Permintaan ini dapat meningkat dari \$2 triliun pada 2013 menjadi \$3,7 triliun tahun 2019. Fakta tersebut menjadikan pasar halal berpotensi dibuat lebih besar oleh pelaku industri barang dan jasa ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)).

Kurangnya kesiapan Indonesia bersaing dalam pasar produk halal disebabkan juga karena masih kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk makanan halal. Menurut Ketua Umum Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia (DDII) KH Syuhada Bahri menyatakan rendahnya kesadaran tentang makanan halal di kalangan umat Islam disebabkan oleh ilmu mereka yang kurang. Karena ilmu yang kurang, akhirnya masyarakat bersikap asal. Tidak mengandung babi dan alkohol, otomatis halal. "Padahal konsep halal tidak sesederhana itu," ([www.suara-islam.com](http://www.suara-islam.com)).

Tidak dapat dipungkiri, kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang produk makanan halal inilah yang menyebabkan kurangnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap makanan halal. Jika kesadaran dan kepedulian masyarakat akan produk makanan halal rendah maka produsen tidak akan segera berusaha untuk mendapatkan sertifikasi halal. Tetapi, jika kesadaran masyarakat tinggi, mereka akan cenderung

membeli produk makanan halal dan produsen akan berlomba untuk mendaftarkan produknya agar mendapatkan sertifikat halal.

Menurut hasil penelitian Rahman et al. (2011) (dalam Simanjuntak dan Muhammad, 2014: 65) pengetahuan yang baik dipengaruhi oleh pengalaman dan terpapar oleh informasi tentang produk halal. Maka dari itu, pengetahuan akan halal itu penting terutama bagi konsumen muslim. Keinginan untuk membeli produk makanan berlabel halal berkaitan dengan ketaatan seseorang terhadap agamanya karena mengkonsumsi makanan halal merupakan perintah dalam agama Islam. Agama adalah pedoman hidup bagi manusia. Sudah diyakini bahwa agama memiliki peran penting seperti dalam konsumsi makanan untuk Muslim di negara Islam atau negara non-Muslim (Ahmad, Kadir dan Salehudin, 2013) (dalam Sukesti dan Mamdukh, 2014: 150). Apalagi seorang muslim, sebelum melakukan konsumsi terlebih dahulu akan mempertimbangkan apakah makanan itu halal atau haram. Dengan demikian, agama memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk.

Aktifitas beragama yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (ibadah) tetapi juga aktivitas lain yang didorong kekuatan batin (Ancok, 2011: 76). Religiusitas adalah penghayatan agama seseorang yang menyangkut simbol, keyakinan, nilai dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual. Menurut Jalaluddin (2001: 89) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada

dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Religiusitas tidak akan terlepas dari aspek keagamaan yang merupakan faktor internal seseorang dalam melakukan suatu perilaku terutama dalam melakukan konsumsi yang berkaitan dengan produk halal. Tingkat religiusitas seseorang berbeda-beda tergantung seberapa taat seseorang tersebut terhadap agama. Menurut Delener (1994) (dalam Jusmaliani dan Hanny, 2009: 1) menyatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Individu dalam hal ini mahasiswa tumbuh di lingkungan sosial yang berbeda-beda. Orang-orang disekeliling mahasiswa akan mempengaruhi pola pikirnya serta akan memberikan referensi kepada mahasiswa untuk melakukan suatu perilaku. Informasi yang didapatkan individu tersebut akan mendasari keyakinannya. Keyakinan mengenai harapan orang lain ini akan memberikan tekanan dan dorongan dalam pembentukan perilaku seseorang.

Menurut *Theory of Planned Behavior*, niat untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi juga oleh kontrol perilaku yang dirasakan atau biasa disebut *perceived behavioral control*. Setiap individu memiliki kontrol terhadap dirinya yang dapat mendorongnya untuk berniat melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku yang dirasakan individu berbeda-berbeda

karena pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh individu berbeda-beda.

Berdasarkan jurnal penelitian Mukhtar and Mohsin (2012) yang berjudul “*Intention to Choose Halal products: The Role of Religiosity*” menyatakan bahwa norma subjektif, sikap terhadap produk halal, dan intra religiusitas pribadi berpengaruh positif terhadap niat memilih produk halal.

Rahmah (2011) dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Intensi Membeli Buku Referensi Kuliah Ilegal Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. menunjukkan bahwa sikap dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi membeli buku referensi kuliah illegal, sedangkan norma subyektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Dengan adanya penelitian-penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan niat membeli dan adanya perbedaan hasil pada penelitian-penelitian tersebut, maka menarik untuk dilakukan penelitian ulang. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)”**.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak produk makanan di pasaran yang diragukan kehalalannya.
2. Tidak semua mahasiswa FE UNY memperhatikan dengan cermat label halal yang terdapat pada produk makanan kemasan.
3. Masih banyak produk yang berlabel halal palsu yaitu 40 sampai 50 persen.
4. Indonesia memiliki peluang besar sebagai pasar produk halal dunia, namun kesiapan Indonesia masih kurang jika dibandingkan dengan Malaysia.
5. Penduduk Indonesia mayoritas muslim, tetapi tingkat kesadaran masyarakat akan produk bersertifikat halal masih rendah jika dibandingkan dengan negara muslim lainnya.

## C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang ada, maka penelitian ini dibatasi pada masalah religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* dan niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh religiusitas, norma subyektif, dan *perceived behavioral control* secara simultan terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta?

## E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

2. Mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh religiusitas, norma subyektif, dan *perceived behavior control* secara simultan terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

## F. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat melengkapi kajian teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen pada niat membeli produk makanan halal.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan potensial untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menerapkan teori yang ada dengan keadaan yang sebenarnya.

b. Bagi UNY

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta sumber referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)**

Teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior* atau TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari teori *Theory of Reasoned Action* (TRA atau Teori Tindakan Beralasan). Icek Ajzen mengembangkan teori TPB ini tahun 1988. Ajzen (1988) menambahkan sebuah konstruk yang belum ada di TRA. Konstruk ini disebut dengan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan di TPB untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangannya dan keterbatasan-keterbatasan dari kekurangan sumber-sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya (Jogiyanto, 2007: 61)

Teori perilaku terencana secara eksplisit mengenal kemungkinan bahwa banyak perilaku tidak semuanya dibawah kontrol penuh sehingga konsep dari kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) ditambahkan untuk menangani perilaku-perilaku semacam ini (Jogiyanto, 2007: 63).

Dalam teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*), faktor utama dari suatu perilaku yang ditampilkan individu adalah intensi untuk menampilkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991: 5). Intensi diasumsikan sebagai faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku.

Intensi merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha atau seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk menampilkan suatu perilaku. Sebagai aturan umum, semakin keras intensi seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku, semakin besar kecenderungan ia benar-benar melakukan perilaku tersebut. Intensi untuk berperilaku dapat menjadi perilaku sebenarnya hanya jika perilaku tersebut ada dibawah kontrol individu yang bersangkutan. Individu memiliki pilihan untuk memutuskan perilaku tertentu atau tidak sama sekali (Ajzen, 1991: 6).

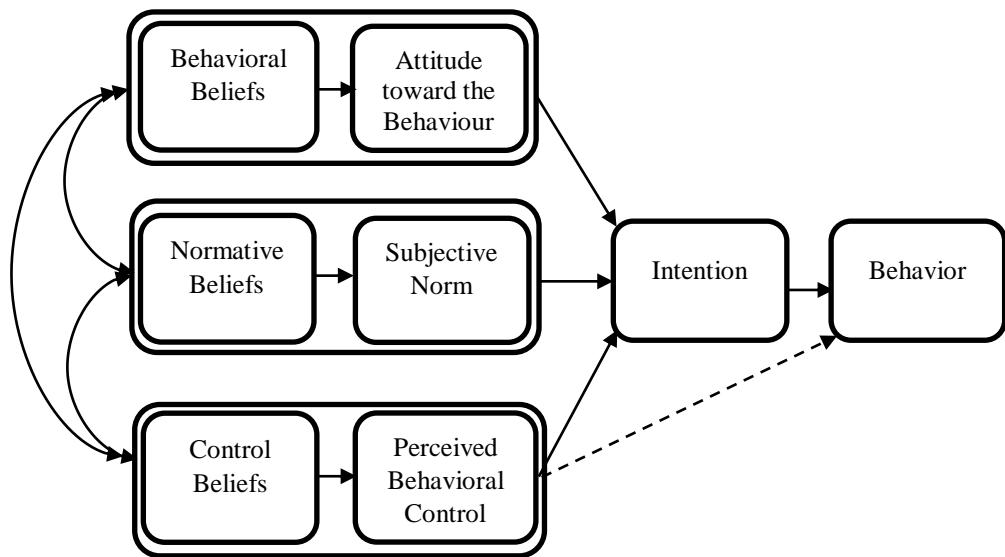
Terdapat tiga prediktor utama yang memengaruhi intensi individu untuk melakukan suatu perilaku, yaitu sikap terhadap suatu perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif tentang suatu perilaku (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 2005).

Ajzen (2005) mengatakan sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh *belief* tentang konsekuensi dari sebuah perilaku, yang disebut sebagai *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*) (Achmat Zakarija, 2010). Menurut Ajzen (2005),

sikap memiliki efek langsung pada *behavioral intention* serta terkait dengan norma subyektif dan *perceived behavioral control*.

Ajzen (2005) mengatakan norma subyektif merupakan fungsi yang didasarkan oleh *belief* yang disebut *normative belief*, yaitu *belief* mengenai kesetujuan dan atau ketidaksetujuan yang berasal dari *referent* atau orang dan kelompok yang berpengaruh bagi individu (*significant others*) seperti orang tua, pasangan, teman dekat, rekan kerja atau lainnya terhadap suatu perilaku. Seorang individu akan berniat menampilkan suatu perilaku tertentu jika ia mempersepsi bahwa orang-orang lain yang penting berfikir bahwa ia seharusnya melakukan hal itu (Achmat Zakarija, 2010).

Dalam TPB ada satu faktor tambahan yang mempengaruhi intensi yaitu, *perceived behavioral control* (PBC). Kontrol perilaku persepsi (*perceived behavioral control*) didefinisikan (Ajzen, 1991) sebagai kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan.



Sumber: Ajzen (2005)

Gambar 1. *Theory of Planned Behavior*

## 2. Niat (*Intention*)

Menurut Ajzen (1991: 181) mendefinisikan intensi sebagai berikut:

*"Intention are assumed to capture the motivational factors that influence a behavior; they are indications of how hard people are willing influence a behavior".*

Niat diasumsikan untuk menangkap faktor-faktor motivasional yang berdampak pada perilaku, merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha, seberapa banyak usaha yang mereka persiapkan untuk digunakan, agar menampilkan perilaku. Menurut Ajzen (2005) intensi merupakan anteseden dari sebuah perilaku yang nampak. Intensi dapat meramalkan secara akurat berbagai kecenderungan perilaku. Niat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Niat tidak selalu statis. Niat dapat berubah dengan berjalannya waktu (Jogiyanto, 2007: 29).

### a. Aspek-aspek Niat

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975: 292) niat memiliki empat aspek, yaitu:

- 1) Perilaku (*behavior*), yaitu perilaku spesifik yang nantinya akan diwujudkan.
- 2) Sasaran (target), yaitu objek yang menjadi sasaran perilaku. Objek yang menjadi sasaran dari perilaku spesifik dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu orang atau objek tertentu (*particular object*), sekelompok orang atau objek (*a class of object*) dan orang atau objek pada umumnya (*any object*).
- 3) Situasi (*situation*), yaitu situasi yang mendukung untuk dilakukannya suatu perilaku (bagaimana dan dimana perilaku itu akan diwujudkan). Situasi dapat pula diartikan sebagai lokasi terjadinya perilaku.
- 4) Waktu (*time*), yaitu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau tidak terbatas misalnya waktu spesifik (hari tertentu, tanggal tertentu, jam tertentu), periode tertentu (bulan tertentu) dan waktu yang tidak terbatas (waktu yang akan datang).

### b. Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal

Dalam penelitian ini niat yang dimaksud adalah niat konsumen dalam membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Niat beli menurut Howen (1994) (Durianto dan Liana, 2004: 44)

berhubungan dengan rencana dan keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu, serta jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Jika dikaitkan dengan variabel terikat pada penelitian ini maka yang dimaksud dengan niat membeli produk makanan ringan berlabel halal yaitu merupakan kemungkinan subjektif seseorang untuk membeli produk makanan berlabel halal dengan faktor motivasional yang menunjukan kemauan dan usaha seseorang untuk menampilkan perilaku tersebut. Atau dapat juga dikatakan rencana atau keinginan konsumen untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal.

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

- 1) Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk
- 2) Mempertimbangkan untuk membeli
- 3) Tertarik untuk mencoba
- 4) Ingin mengetahui produk
- 5) Ingin memiliki produk.

### **3. Norma Subyektif (*Subjective Norm*)**

Ajzen (2005) mengatakan norma subyektif merupakan fungsi yang didasarkan oleh *belief* yang disebut *normative belief*, yaitu *belief* mengenai kesetujuan dan atau ketidaksetujuan yang berasal dari *referent* atau orang dan kelompok yang berpengaruh bagi individu

(*significant others*) seperti orang tua, pasangan, teman dekat, rekan kerja atau lainnya terhadap suatu perilaku. Norma subyektif merupakan persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku suatu perilaku (Ajzen, 2005).

Norma subyektif ditentukan oleh adanya keyakinan normatif (*normative belief*) dan keinginan untuk mengikuti (*motivation to comply*). Keyakinan normative 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 norma subyektif terbentuk sebagai akibat dari adanya persepsi individu terhadap tekanan sosial yang ada untuk mewujudkan atau tidak suatu perilaku.

Norma subyektif 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 memiliki norma subyektif yang menempatkan tekanan

pada dirinya untuk menghindari melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

#### **4. Kontrol Perilaku Persepsian (*Perceived Behavioral Control*)**

Ajzen (2005) menjelaskan *perceived behavioral control* sebagai fungsi yang didasarkan oleh *belief* yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu *belief* individu mengenai ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghalangi individu untuk memunculkan sebuah perilaku. *Belief* ini 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.

Kontrol perilaku persepsian didefinisikan oleh Ajzen (1991: 88) sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku. Kontrol perilaku persepsian seringkali diukur dengan merujuk kepada mudah atau sulitnya suatu perilaku ditampilkan stau sejauh mana seseorang percaya terhadap kemampuannya untuk menampilkan suatu perilaku (Ajzen, 2002). Kontrol perilaku persepsian adalah persepsi individu terkait dengan mudah dan sulitnya sebuah perilaku ditampilkan (Ajzen, 1991).

Ajzen (2001) mengatakan bahwa kontrol keperilakuan mempengaruhi niat didasarkan atas asumsi bahwa kontrol keperilakuan yang dipersepsikan oleh individu akan memberikan implikasi motivasi pada orang tersebut. Kontrol perilaku persepsian mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung (melalui niat) terhadap perilaku (Ajzen, 1988).

Kontrol perilaku persepsian ditentukan oleh kombinasi antara keyakinan individu mengenai faktor pendukung atau penghambat untuk melakukan suatu perilaku (*control beliefs*), dengan kekuatan perasaan individu akan setiap faktor pendukung atau penghambat tersebut (*perceived power control*). Keyakinan kontrol (*control beliefs*) yang kemudian melahirkan kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (*perceived power*).

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 subyektif terhadap perilaku, semakin besar kontrol perilaku

persepsi, semakin kuat pula niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Semakin individu merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka lebih besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut dan begitu juga sebaliknya, semakin sedikit individu merasakan faktor pendukung dan banyak faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung mempersepsikan diri sulit untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

## 5. Religiusitas

Harun Nasution (1985) menjelaskan bahwa agama mengandung arti ikatan-ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi manusia. Agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu nilai yang memuat norma-norma tertentu, dan dalam membentuk sistem nilai pada diri individu tersebut adalah dengan agama (Jalaluddin, 2010: 226).

Sedangkan menurut Glock dan Stark (Ancok, 2011) religiusitas adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*Ultimate Meaning*).

J. H. Leuba berpendapat bahwa religiusitas adalah cara bertingkah laku, sebagai sistem kepercayaan atau sebagai emosi yang bercorak khusus (Sururin, 2004). Sementara Thouless (Sururin, 2004)

mengemukakan definisi religiusitas adalah hubungan praktis yang dirasakan dengan apa yang dipercayai sebagai makhluk atau wujud yang lebih tinggi dari manusia.

Mangunwijaya (1982) membedakan istilah religi dengan religiusitas. Agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek religi yang lebih dihayati oleh individu di dalam hati atau dengan kata lain religiusitas adalah penghayatan dan pengamalan individu terhadap ajaran agama atau kepercayaan yang dianutnya.

Menurut Jalaluddin (2010) religiusitas dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Religiusitas seringkali diidentikkan dengan keberagamaan. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam (Nashori, 2002).

Rakhmat (2004) menyatakan bahwa religiusitas dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri individu

yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan ketaatannya terhadap agama.

Menurut Delener (1994) dalam (Jusmaliani dan Hanny, 2009:

1) menyatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Sudah diyakini bahwa agama memiliki peran penting seperti dalam konsumsi makanan untuk Muslim di negara Islam atau negara non-Muslim (Ahmad, Kadir dan Salehudin, 2013) dalam (Sukesti dan Mamdukh, 2014: 150). Maka dari itu religiusitas seseorang akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli dan mengkonsumsi produk makanan halal.

#### **b. Dimensi-dimensi Religiusitas**

Jalaluddin (2010) menyebutkan bahwa religiusitas merupakan konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai unsur afektif, dan perilaku agama sebagai unsur konatif. Jadi dapat dikatakan bahwa aspek keberagamaannya merupakan integrasi dari pengetahuan, perasaan, dan perilaku keagamaan dalam diri manusia.

Menurut Glock dan Stark (Ancok, 2011) ada lima macam dimensi keberagamaan, yaitu dimensi keyakinan (*ideologis*), dimensi peribadatan atau praktek agama (*ritualistik*), dimensi penghayatan (*eksperiensial*), dimensi pengamalan (*konsekuensial*), dimensi pengetahuan agama (*intelektual*).

1) Dimensi Keyakinan (*ideologis*)

Dimensi ini berupa pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologi tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat.

2) Dimensi praktek agama (*ritualistik*)

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.

3) Dimensi penghayatan (*eksperiensial*)

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan yang subyektif dan langsung mengenai ketaatan. Dimensi ini merupakan pengalaman-pengalaman agama yang dimiliki oleh seseorang.

4) Dimensi pengetahuan agama (*intelektual*).

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci, dan tradisi-tradisi.

### 5) Dimensi pengamalan (*konsekuensial*)

Dimensi ini mengacu kepada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

Jika dimensi-dimensi religiusitas di atas dikaitkan dengan perspektif Islam, menurut (Ancok, 2011) maka dimensi-dimensi religiusitas dalam Islam dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Didalam keberislaman, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.
- 2) Dimensi peribadatan (praktek agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam keberislaman, simensi peribadatan menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al, Quran , doa, zikir, ibadah kurban, Iktikaf di masjid di bulan puasa, dan sebagainya.
- 3) Dimensi pengalaman atau penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, pengamalan, dan peribadatan. Dimensi

penghayatan menunjuk pada seberapa seberapa jauh tingkat muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius. Dalam keberislaman, dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat/akrab dengan Allah, perasaan doa-doanya sering terkabul, perasaan tenram bahagia karena menuhankan Allah, perasaan khusuk ketika melaksanakan sholat atau berdoa, perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat Al Quran, perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan dari Allah.

- 4) Dimensi pengetahuan atau ilmu menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dalam keberislaman, dimensi ini menyangkut pengetahuan tentang isi Al Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan (rukun Islam dan rukun Iman), hukum-hukum Islam, sejarah Islam, dan sebagainya.
- 5) Dimensi pengamalan atau akhlak menunjuk pada seberapa tingkatan muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dalam keberislaman, dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma,

menyejahterakan dan menumbuhkembangkan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, dan lain-lain.

Ancok dan Suroso (2011) mengungkapkan bahwa dimensi keyakinan (akidah), peribadatan (syaria) dan pengalaman (akhlak) akan disertai dengan timbulnya dimensi pengalaman. Seseorang akan mengalami dan merasakan perasaan-perasaan atau pengalaman-pengalaman religius setelah melaksanakan ketiga dimensi tersebut seperti perasaan dekat dengan Allah, perasaan tenram dan bahagia karena menuhankan Allah, dan lain sebagainya. Ancok dan Suroso menjabarkan bahwa dimensi pengetahuan atau ilmu berhubungan dengan dimensi keyakinan (akidah) dan peribadatan (akhlak).

Seseorang tidak mungkin dapat yakin terhadap suatu agama tertentu jika tidak memiliki pengetahuan mengenai agama tersebut. Begitu pula dengan dimensi syariah, dimana seseorang harus mempunyai pengetahuan tata cara peribadatan agamanya sebelum melakukan ritual peribadatannya (Ancok, 2011).

## 6. Konsep Halal

Kata *halal* berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Halal bermakna sesuatu yang boleh untuk dilakukan, digunakan atau dikonsumsi menurut hukum Islam ([www.produk.halal.or.id](http://www.produk.halal.or.id)). Menurut M. Quraish Syihab (1997) halal adalah bahwa sesuatu itu terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan

ukhrawi dan tayyibah ialah makanan yang sehat, memiliki zat gizi yang cukup dan seimbang, proporsional sesuai dengan kebutuhan pemakanan, tidak berlebih-lebihan dan tidak tidak berkurang, serta aman dapat terhindar dari siksa Tuhan baik dunia maupun akhirat. Halal menurut LPPOM MUI yang diacu menurut syariat Islam yaitu:

- 1) Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainnya.
- 3) Semua bahan yang berasal dari halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam
- 4) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam. Penggunaan fasilitasproduksi untuk produk halal dan tidak halal bergantian tidak boleh diperbolehkan
- 5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar (alkohol) dan keturunannya.

Prinsip pertama yang ditetapkan Islam, pada asalnya segala sesuatu yang diciptakan Allah itu halal, tidak ada yang haram, kecuali

jika ada nash (dalil) yang shahih (tidak cacat periyawatannya) dan shari'ah (jelas maknanya) yang mengharamkannya (Qardhawi, 2002).

Anjuran mengkonsumsi makanan halal dalam agama Islam diantaranya tercantum dalam Al-Quran dan Hadist, yaitu:

1) QS. Al Baqarah: 168

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena setan itu adalah musuh yang nyata bagi kamu”.

2) QS. Al-Maidah: 88

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik (thayib) dari apa yang telah dirizkikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah dan kamu beriman kepada-Nya”.

3) QS. Al Maidah: 3

“Diharamkan bagimu memakan bangkai, darah, daging babi (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, (hewan) yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya; dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala.”

4) HR. Bukhari dan Muslim

Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir r.a,”Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda, ‘Sesungguhnya yang halal itu jelas

dan yang haram itu jelas. Di antara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Maka barang siapa yang takut terhadap syubhat, berarti dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Dan barang siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang diharamkan. Sebagaimana penggembala yang menggembalakan hewan gembalaannya di sekitar (ladang) yang dilarang untuk memasukinya, maka lambat laun dia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah apa yang Dia haramkan. Ketahuilah bahwa dalam diri ini terdapat segumpal daging, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh ini dan jika dia buruk, maka buruklah seluruh tubuh. Ketahuilah bahwa dia adalah hati”.

Dari penjelasan arti ayat di atas jelas bahwa agama Islam sangat memperhatikan tentang pentingnya mengkonsumsi makanan halal. Mengkonsumsi makanan yang halal dan baik (thayyib) merupakan perintah Allah SWT yang wajib untuk dilaksanakan bagi seluruh umat Islam. Dengan mengikuti perintah Allah SWT merupakan ibadah yang dapat mendatangkan pahala dan memberikan kebaikan dunia akhirat.

## 7. Produk Makanan Ringan

### a. Pengertian Produk

Menurut Kotler & Amstrong (2001: 346) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Buchari Alma (2007: 139) produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar yang nantinya akan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

### b. Pengertian Makanan Ringan

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi dan sangat penting bagi keberlangsungan hidup. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Pasal 1 angka 1 pengertian pangan adalah:

“Segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun yang tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan

bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan dan minuman”.

Makanan adalah bahan, biasanya berasal dari hewan atau tumbuhan, yang dimakan oleh makhluk hidup untuk mendapatkan tenaga dan nutrisi (id.wikipedia.org).

Makanan ringan, cemilan, atau snack adalah istilah bagi makanan yang bukan merupakan menu utama (makan pagi, makan siang atau makan malam). Makanan yang dianggap makanan ringan adalah sesuatu yang dimaksudkan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya (id.wikipedia.org).

Fungsi makanan ringan adalah sebagai penunda rasa lapar yang tiba-tiba datang, namun makanan ringan bukanlah pengganti makanan pokok. Produk yang termasuk dalam kategori makanan ringan menurut Surat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia No. HK.00.05.52.4040 tanggal 9 Oktober 2006 tentang Kategori Pangan adalah semua makanan ringan yang berbahan dasar kentang, umbi, serealia, tepung atau pati (dari umbi dan kacang) dalam bentuk krupuk, kripik, jipang dan produk ekstrusi seperti chiki-chiki-an.

## **8. Label Halal**

Label halal pada suatu produk dapat menjadi acuan bagi konsumen muslim untuk memilih dan membeli produk tersebut.

Menurut Kotler (2000: 477) label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi. Sedangkan menurut Angipora (2002: 192) label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.

Pengertian label pangan sesuai yang tercantum pada pasal 1 angka 15 Undang-Undang No. 7 tahun 1996 tentang pangan jo. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan pasal 1 angka 3 adalah

“Setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan”.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, label halal adalah tanda kehalalan suatu produk. Label halal adalah label yang dicantumkan pada kemasan pangan yang mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal (memiliki sertifikat halal) (Departemen Ilmu Teknologi Pangan-IPB, 2010). Label halal yang resmi adalah yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Berikut merupakan gambar label halal resmi:



Gambar 2. Label Halal Resmi MUI

Sumber: [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

Menurut Peraturan Pemerintah Pasal 10 Nomor 69, 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 penyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.

Masih banyak produk makanan kemasan yang beredar di pasaran yang mencantumkan label halal palsu yang tidak resmi dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Berikut ini contoh jenis-jenis label halal yang tidak resmi dikeluarkan oleh LPPOM MUI yang beredar di pasaran.



Gambar 3. Label halal palsu

Sumber: <http://v1.rri.co.id> (dalam Fatkhurohmah, 2015)

## B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Arshia Mukhtar dan Muhammad Mohsin Butt (2012) *Faculty of Management Science, International Islamic University, Islamabad, Pakistan* dalam jurnal yang berjudul “*Intention to Choose Halal Product: The Role of religiosity*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subyektif, sikap, dan religiusitas intrapersonal berpengaruh positif terhadap niat memilih produk halal. Norma subyektif menjadi prediktor yang terkuat untuk memilih produk halal.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang niat. Pada penelitian ini yaitu niat memilih produk halal sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu niat membeli produk makanan berlabel halal. Selain itu, sama-sama menggunakan variabel norma subyektif dan religiusitas sebagai variabel bebas. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini terdapat variabel bebas lain yaitu sikap sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan terdapat variabel bebas lain yaitu *perceived behavioral control*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmah (2011) dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Intensi Membeli Buku Referensi Kuliah Ilegal Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. Berdasarkan hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa (1) sikap secara signifikan memberi pengaruh atau sumbangan terhadap intensi membeli buku referensi

kuliah ilegal; (2) norma subyektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi membeli buku referensi kuliah ilegal; (3) *perceived behavioral control* secara signifikan memberi sumbangan intensi membeli buku referensi kuliah ilegal; (4) Sumbangan ketiga variabel sikap, norma subyektif, dan *perceived behavioral control* terhadap variabel intensi membeli buku referensi kuliah ilegal adalah sebesar 34,6%. Kemudian variabel lain yang memiliki pengaruh signifikan adalah tingkat semester. Sedangkan jenis kelamin dan uang saku tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti tentang niat membeli. Pada penelitian ini niat membeli buku referensi kuliah ilegal sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu niat membeli produk makanan berlabel halal. Selain itu sama-sama menggunakan norma subyektif dan *perceived behavioral control* sebagai variabel bebas. Perbedaannya, pada penelitian ini terdapat variabel bebas lain yaitu sikap, tingkat semester, jenis kelamin, dan uang saku. Pada penelitian yang akan dilakukan terdapat variabel bebas lain yaitu religiusitas.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Jessvita Anggelina J. P dan Edwin Japarianto (2014) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Sikap, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Purchase Intention* Pelanggan SOGO Departement Store di Tunjungan Plaza Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, *subjective norm*

dan *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. *Behavioral control* memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan sikap dan *subjective norm*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang niat beli. Selain itu penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama menggunakan norma subyektif dan *perceived behavioral control* sebagai variabel bebas. Perbedaannya dalam penelitian ini ada variabel bebas lain yang digunakan yaitu sikap sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel religiusitas.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Lovidya Helmi (2012) dalam skripsi yang berjudul “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Untuk Membeli Produk Makanan Organik Berlabel Halal”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran terhadap kesehatan (*Health Consciousness*) memiliki hubungan yang positif terhadap keinginan untuk membeli produk makanan organik berlabel halal. Nilai lebih yang dirasakan (*Perceived Value*) pada produk organik memiliki hubungan yang positif dengan keinginan untuk membeli produk makanan organik berlabel halal. *Food Safety Concern* memiliki hubungan yang negative terhadap keinginan membeli produk makanan berlabel halal. Faktor keagamaan (*Religious Factor*) memiliki hubungan negatif terhadap keinginan untuk membeli produk makanan organik berlabel halal.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti tentang niat membeli produk halal. Hanya saja pada penelitian ini dikhkususkan pada makanan organik sedangkan penelitian yang akan dilakukan pada makanan halal secara umum. Selain itu sama-sama menggunakan variabel yang berkaitan dengan faktor keagamaan. Pada penelitian ini menggunakan variabel bebas *religius factor* sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel religiusitas sebagai variabel bebas.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel bebas yaitu pada penelitian ini menggunakan *Health Consciousness, Perceived Value, dan Food Safety Concern*. Pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan norma subyektif dan *perceived behavioral control* sebagai variabel bebas.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2010: 91).

1. Pengaruh religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY

Agama yang erat kaitannya dengan religiusitas dapat mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Religiusitas adalah suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya

terhadap agama. Semakin taat seseorang menjalankan perintah agamanya maka dapat dikatakan memiliki religiusitas yang tinggi. Dalam ajaran agama Islam telah diperintahkan untuk mengkonsumsi makanan halal. Jika seseorang memiliki religiusitas tinggi maka ia akan mematuhi perintah tersebut dan akan memiliki niat untuk membeli produk makanan ringan yang berlabel halal.

2. Pengaruh norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY

Norma subyektif merupakan persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku suatu perilaku. Setiap individu seperti mahasiswa tinggal di lingkungan sosial yang berbeda-beda dan tidak dapat dipisahkan dari pengaruh lingkungan sosialnya. Pengaruh orang-orang disekitar mahasiswa bisa berasal dari keluarga, orangtua, dan teman.

Perilaku membeli seseorang diawali terlebih dahulu oleh niat. Maka semakin mahasiswa mempersepsikan bahwa orang-orang disekitarnya memberikan pengaruh yang kuat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal maka akan timbul tekanan sosial untuk memunculkan niat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal. Sebaliknya semakin mahasiswa mempersepsikan bahwa orang-orang disekitarnya tidak memberikan pengaruh yang kuat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal maka cenderung tidak ada tekanan

sosial untuk memunculkan niat membeli produk makanan ringan berlabel halal tersebut.

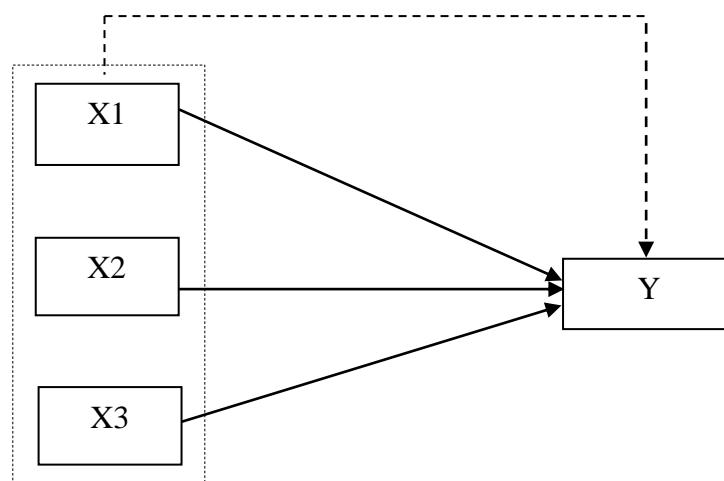
3. Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY

*Perceived Behavioral Control* atau biasa dikenal dengan kontrol perilaku persepsian merupakan keyakinan individu mengenai ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghambat individu untuk memunculkan sebuah perilaku. Semakin mahasiswa merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka lebih besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut. Maka semakin banyak faktor pendukung seseorang untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal maka niat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal semakin besar.

4. Pengaruh religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY

Ketiga variabel di atas dapat mempengaruhi niat membeli produk makanan ringan berlabel halal. Seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi dan didukung oleh harapan atau tekanan orang-orang disekitarnya serta adanya kontrol perilaku persepsian oleh individu untuk mendorongnya melakukan suatu perilaku dapat menumbuhkan niat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* dapat mempengaruhi niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Skema paradigma dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Paradigma Penelitian

Keterangan:

- X1 : Religiusitas
- X2 : Norma Subyektif
- X3 : *Perceived Behavioral Control*
- Y : Niat membeli produk makanan kemasan berlabel halal
- : pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial/sendiri-sendiri
- - - → : pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan/bersama-sama

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan penjelasan teori dan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY.
2. Terdapat pengaruh positif norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY.
3. Terdapat pengaruh positif *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY.
4. Terdapat pengaruh positif religiusitas, norma subyektif, dan *perceived behavioral control* secara simultan terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Dasar Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto*. Penelitian *ex-post facto* adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian merunut ke belakang melalui data tersebut untuk menentukan faktor-faktor yang mendahului atau menentukan sebab-sebab yang mungkin atas peristiwa yang diteliti (Suharsimi Arikunto, 2013: 17).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh akan diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan statistik. Penelitian ini bersifat asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat, dimana penelitian ini mencari pengaruh variabel bebas religiusitas (X1), norma subyektif (X2), dan *perceived behavioral control* (X3) terhadap variabel terikat niat membeli produk makanan ringan berlabel halal (Y).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang beralamat di Karangmalang Yogyakarta 55281. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Agustus-September 2015.

### C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

#### 1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013: 61).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah religiusitas (X1), norma subyektif (X2), dan *perceived behavioral control* (X3).

#### 2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013: 61). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah niat membeli produk makanan ringan berlabel halal (Y).

### D. Definisi Operasional Variabel dan Konseptualisasi

#### a. Definisi Operasional Variabel

##### 1) Religiusitas

Religiusitas adalah suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur religiusitas yaitu dimesi keyakinan, praktek agama, penghayatan, pengamalan, dan pengetahuan agamanya. Pengukuran variabel religiusitas menggunakan skala likert.

## 2) Norma Subyektif

Norma subyektif adalah persepsi mahasiswa tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Tekanan sosial itu berasal dari harapan orang-orang sekitar mahasiswa yang berpengaruh baik keluarga, orangtua, dan teman. Norma subyektif diukur berdasarkan *normative beliefs* dan *motivational to comply*. Pengukuran menggunakan skala likert.

## 3) *Perceived Behavioral Control*

*Perceived Behavioral Control* adalah keyakinan mahasiswa mengenai ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghambat mahasiswa untuk memunculkan suatu perilaku. *Perceived Behavioral Control* diukur berdasarkan keyakinan kontrol tentang hal-hal yang mendukung dan menghambat munculnya suatu perilaku yang direfleksikan dari pengalaman masa lalu dan informasi yang dimiliki sedangkan kekuatan terhadap kontrol yang dilihat dari kekuatan mahasiswa merasakan kemudahan dan kesulitan untuk memunculkan perilaku. Pengukuran menggunakan skala likert

## 4) Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal

Niat membeli adalah rencana dan keinginan mahasiswa untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal. Niat membeli diukur berdasarkan ketertarikan mahasiswa untuk mencari informasi mengenai produk, mempertimbangkan untuk membeli, tertarik untuk mencoba,

ingin mengetahui produk, dan ingin memiliki produk. Pengukuran menggunakan skala likert.

b. Konseptualisasi

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar yang nantinya akan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen untuk memuaskan keinginan kebutuhan.

2) Makanan Ringan

Makanan ringan atau snack adalah makanan yang bukan merupakan menu utama yang dimaksudkan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu. Makanan ringan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah makanan ringan dalam kemasan.

3) Label Halal

Label halal adalah tanda kehalalan suatu produk yang dicantumkan pada kemasan pangan yang mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal (memiliki sertifikat halal). Berikut ini merupakan label halal resmi yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI.



Gambar 4. Label Halal MUI

## E. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2013 dan 2014. Adapun jumlah mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi yang dijadikan populasi sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Populasi

Program Studi	Tahun Angkatan		Jumlah Populasi
	2013	2014	
Akuntansi	74	90	164
Manajemen	72	96	168
Pendidikan Admisisitras Perkantoran	80	82	162
Pendidikan Akuntansi	114	110	224
Pendidikan Ekonomi	78	74	152
Jumlah total populasi			870

*Sumber: UKM Al Fatih Fakultas Ekonomi UNY*

Sesuai dengan saran TIM Penguji yaitu perlunya ditampilkan data populasi mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY yang lebih valid, maka berikut data mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY yang berasal dari Sub. Bagian Informasi Akademik UNY yang berjumlah 857 mahasiswa.

Program Studi	Tahun Angkatan		Jumlah Populasi
	2013	2014	
Akuntansi	69	99	168
Manajemen	78	90	168
Pendidikan Administrasi Perkantoran	86	81	167
Pendidikan Akuntansi	108	98	206
Pendidikan Ekonomi	78	70	148
Jumlah total populasi			857

Sumber: *Sub. Bagian Informasi Akademik UNY*

## 2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan besarnya sampel digunakan pedoman menurut pendapat Suharsimi Arikunto (2006: 134), yaitu:

Jika subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subjeknya besar dapat diambil antara 10-15%, atau 20-25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya risiko yang ditanggung peneliti.

Berdasarkan pendapat di atas, maka besar sampel yang akan diambil untuk penelitian adalah 20% dari jumlah populasi, sehingga sampel

berjumlah 174 orang mahasiswa. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2013: 125). Alasan peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* karena peneliti tidak tahu secara pasti mahasiswa yang mana saja yang beragama Islam untuk itu peneliti bertemu dengan satu responden dan dari satu responden tersebut peneliti meminta informasi kepada responden mengenai mahasiswa lain yang beragama Islam, sehingga peneliti menemukan responden lain yang dapat diteliti hal ini terus dilakukan oleh responden sampai sesuai dengan jumlah responden yang dikehendaki.

Adapun rumus pengambilan sampel untuk tiap jurusan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{nA}{nT} \times S$$

Keterangan:

- P = proporsi sampel tiap program studi  
nA = jumlah mahasiswa tiap program studi  
nT = Total populasi  
S = Jumlah sampel yang diambil

Pembagian proposi jumlah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah Sampel dalam Penelitian

Program Studi	Tahun Angkatan		Jumlah Sampel
	2013	2014	
Akuntansi	15	18	33
Manajemen	14	19	34
Pendidikan Administrasi Perkantoran	16	16	32
Pendidikan Akuntansi	23	22	45
Pendidikan Ekonomi	16	15	30
Jumlah total sampel			174

Sumber: data primer yang diolah

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Metode angket/kuesioner

Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 199). Dalam penelitian ini menggunakan kuisoner tertutup yaitu kuesioner yang jawabannya sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih. Metode kuesioner digunakan untuk memperoleh data tentang religiusitas, norma subyektif, *perceived behavioral control* dan niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

### 2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk menggali dan mengumpulkan informasi dalam kaitannya dengan arsip atau catatan yang akan digunakan untuk keperluan penelitian. Metode dokumentasi dalam penelitian ini

digunakan untuk mendapatkan jumlah mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY baik jurusan kependidikan maupun non kependidikan.

#### **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik sehingga lebih mudah diolah (Suharsimi Arikunto, 2013: 203). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket. Angket dalam penelitian ini adalah angket tertutup dimana dalam angket tersebut tersusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan sehingga responden tinggal memberikan tanda *checklist* (✓) pada salah satu jawaban alternatif yang dianggap benar atau sesuai.

Angket disusun dan dikembangkan sendiri berdasarkan uraian yang ada dalam kajian teori, kemudian atas kajian teori tersebut dikembangkan indikator-indikator variabel yang selanjutnya dijabarkan ke dalam butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Kisi-kisi angket instrumen penelitian, dapat dijabarkan pada tabel 3, 4, 5, dan 6.

Tabel 3. Kisi-kisi Kuesioner Religiusitas

No.	Indikator	Sub Indikator	No Item
1.	Dimensi keyakinan (ideologis)	Meyakini adanya Allah	1,2
		Meyakini kitab Allah	3,4
2.	Dimensi praktek agama (ritualistik)	Melaksanakan ibadah wajib seperti sholat lima waktu, puasa	5,6
		Melaksanakan ibadah sunah seperti sholat sunah, puasa sunah, membaca Al Quran	7,8,9
3.	Dimensi penghayatan (eksperiensial)	Perasaan dekat dengan Allah	10,11,12*

Lanjutan tabel 3

		Perasaan bersyukur dan mendapatkan pertolongan dari Allah	13,14,15*
4.	Dimensi pengetahuan agama (intelektual)	Senang menambah ilmu agama	16,17
		Pengetahuan tentang isi Al Quran yang berkaitan dengan makanan halal	18,19,20,
5.	Dimensi pengamalan (konsekuensial)	Berakh�ak islami	21,22,23
		Agama sebagai motivasi dalam berperilaku	24,25,26,27

Tabel 4. Kisi-kisi Kuesioner Norma Subyektif

No.	Indikator	Sub Indikator	No Item
1.	<i>Normative Beliefs</i>	Pengaruh Keluarga	1,2,
		Pengaruh Teman	4,5
2.	<i>Motivational to comply</i>	Motivasi untuk memenuhi saran dari keluarga	3,7
		Motivasi untuk memenuhi saran dari teman	6,8

Tabel 5. Kisi-kisi Kuesioner *Perceived Behavioral Control*

No.	Indikator	Sub Indikator	No Item
1.	Keyakinan control	Pengalaman masa lalu berkaitan dengan produk makanan halal	1,2,3
		Memiliki informasi tentang produk halal	4,5,6,7*
2.	Kekuatan control	Merasakan kemudahan dan kesulitan memperoleh produk halal	8,9,10*,11,12*,13,14*

Tabel 6. Kisi-kisi Kuesioner Niat Membeli

No.	Indikator	Sub Indikator	No Item
1.	Tertarik untuk mencari informasi mengenai	Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk makanan ringan berlabel halal	1,2
2.	Mempertimbangkan untuk membeli	Mempertimbangkan untuk membeli produk makanan ringanberlabel halal	3,4,5

Lanjutan tabel 6

3.	Tertarik untuk mencoba	Tertarik untuk mencoba produk makanan ringan berlabel halal	6,7*
4.	Ingin mengetahui produk	Ingin mengetahui produk makanan ringan berlabel halal	8, 9*
5.	Ingin memiliki produk	Ingin memiliki produk makanan ringan berlabel halal	10,11*,12,13

(\*) Pernyataan Negatif

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Pada skala *likert*, responden memilih alternatif jawaban pernyataan sesuai dengan kondisi yang dialami. Agar penelitian lebih terfokus, model skala likert yang digunakan adalah empat kriteria.

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 19-20) skala *likert* merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Modifikasi skala *likert* dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, modifikasi skala *likert* meniadakan kategori jawaban yang di tengah berdasarkan tiga alasan yaitu: (1) kategori tersebut

memiliki arti ganda, biasanya diartikan belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu. (2) tersedianya jawaban yang ditengah menimbulkan kecenderungan menjawab ketengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas kecenderungan jawabannya. (3) maksud kategori SS-S-TS-STS adalah terutama untuk melihat kecenderungsn pendapat responden, kearah setuju atau kearah tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Skor Alternatif Jawaban Instrumen

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Alternatif Jawaban	Skor	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	3	Setuju (S)	2
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4

Sumber: Sugiyono (2013: 135)

## H. Uji Coba Instrumen

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 210) uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun merupakan instrumen yang baik untuk penelitian. Instrumen dikatakan baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Apabila instrumen telah diuji validitas dan reliabilitasnya, maka akan diketahui butir-butir yang sahig digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen yang tidak valid dan tidak

reliabel akan digugurkan. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS versi 17*.

### **1. Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas digunakan untuk mendapatkan tingkat kevalidan suatu instrumen agar mendapatkan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek data yang dapat dikumpulkan peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur. Penelitian ini menggunakan uji validitas yang dilakukan dengan analisis butir. Pengujian validitas instrumen digunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson, sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (2010: 213). Uji Validitas menggunakan teknik uji korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson yaitu:

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

Keterangan:

$r_{xy}$	= Koefisien korelasi antara X dan Y
N	= Jumlah subjek
$\sum XY$	= Jumlah hasil kali nilai X dan Y
$\sum X$	= Jumlah nilai X
$\sum Y$	= Jumlah nilai Y
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat nilai X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat nilai Y

Menurut Sugiyono, kriteria yang digunakan untuk mengetahui suatu pernyataan valid atau tidak valid yaitu jika  $r_{xy} \geq 0,30$  maka pernyataan valid dan jika  $r_{xy} \leq 0,30$  maka pernyataan tidak valid. Uji validitas digunakan

dengan menggunakan program *SPSS 17.00 for windows*. Hasil perhitungan sebagai berikut:

**a. Uji Validitas Instrumen Religiusitas**

Tabel 8. Uji Validitas Instrumen Religiusitas

Butir Pernyataan	r hitung	Keterangan
b1	0,651	Valid
b2	0,743	Valid
b3	0,572	Valid
b4	0,743	Valid
b5	0,388	Valid
b6	0,431	Valid
b7	0,195	Tidak Valid
b8	0,426	Valid
b9	0,565	Valid
b10	0,705	Valid
b11	0,407	Valid
b12	0,341	Valid
b13	0,770	Valid
b14	0,563	Valid
b15	0,308	Valid
b16	0,649	Valid
b17	0,550	Valid
b18	0,577	Valid
b19	0,516	Valid
b20	0,611	Valid
b21	0,511	Valid
b22	0,545	Valid
b23	0,284	Tidak Valid
b24	0,561	Valid
b25	0,754	Valid
b26	0,750	Valid
b27	0,734	Valid

*Sumber: Lampiran 2 data diolah*

Instrumen angket terdiri dari 27 butir pernyataan. Setelah dilakukan analisis diperoleh 25 butir pernyataan valid dan 2 butir pernyataan tidak valid, sehingga didapat 25 butir pernyataan yang digunakan sebagai instrumen religiusitas. Sementara itu, item yang tidak valid akan dibuang dan tidak dipakai sebagai instrumen penelitian.

#### **b. Uji Validitas Instrumen Norma Subyektif**

Instrumen angket terdiri dari 8 butir pernyataan. Setelah dilakukan analisis diperoleh bahwa semua butir pernyataan valid. Sehingga 8 butir pernyataan digunakan sebagai instrument penelitian. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Uji Validitas Instrumen Norma Subyektif

<b>Butir Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
b1	0,777	Valid
b2	0,664	Valid
b3	0,769	Valid
b4	0,734	Valid
b5	0,784	Valid
b6	0,730	Valid
b7	0,757	Valid
b8	0,838	Valid

*Sumber: Lampiran 2 data diolah*

#### **c. Uji Validitas Instrumen *Perceived Behavioral Control***

Instrumen angket terdiri dari 14 butir penyataan. Setelah dilakukan analisis maka diperoleh 12 butir penyataan valid dan 2 butir penyataan tidak valid, sehingga didapat 12 butir penyataan yang

dipakai dalam instrumen *perceived behavioral control*. Sementara itu, item yang tidak valid akan dibuang dan tidak dipakai sebagai instrumen penelitian. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Uji Validitas Instrumen *Perceived Behavioral Control*

<b>Butir Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
b1	0,513	Valid
b2	0,235	Tidak Valid
b3	0,536	Valid
b4	0,460	Valid
b5	0,724	Valid
b6	0,597	Valid
b7	0,154	Tidak Valid
b8	0,472	Valid
b9	0,571	Valid
b10	0,542	Valid
b11	0,494	Valid
b12	0,434	Valid
b13	0,551	Valid
b14	0,383	Valid

Sumber: Lampiran 2 data diolah

#### **d. Uji Validitas Instrumen Niat Membeli**

Instrumen angket terdiri dari 13 butir pernyataan. Setelah dilakukan analisis diperoleh semua butir pernyataan valid. Sehingga 13 butir pernyataan digunakan sebagai instrumen penelitian. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Uji Validitas Instrumen Niat Membeli

<b>Butir Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
b1	0,619	Valid
b2	0,692	Valid
b3	0,554	Valid
b4	0,724	Valid
b5	0,513	Valid
b6	0,805	Valid
b7	0,445	Valid
b8	0,527	Valid
b9	0,630	Valid
b10	0,504	Valid
b11	0,432	Valid
b12	0,363	Valid
b13	0,743	Valid

Sumber: Lampiran 2 data diolah

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Suatu instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitas instrumen, menurut Suharsimi Arikunto, (2010: 239) dapat digunakan teknik *Cronbach Alpha* yaitu:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = varian total

Setelah didapat reliabilitas instrumen kemudian hasilnya diinterpretasikan.

Apabila nilai  $r$  lebih dari 0,600 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

Namun sebaliknya, apabila kurang dari 0,600 maka instrument tersebut tidak reliabel.

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1.	Religiusitas	0,910	Reliabel
2.	Norma Subyektif	0,890	Reliabel
3.	Perceived Behavioral Control	0,759	Reliabel
4.	Niat Membeli	0,826	Reliabel

Sumber: Lampiran 2 data diolah

Dari tabel 13 di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel lebih besar dari 0,600 hal ini berarti semua variabel sudah reliabel dan bisa digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis statistika deskriptif meliputi modus, rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum, dan. Penyajian data pada analisis deskriptif ini menggunakan distribusi frekuensi, diagram batang dan lingkaran (Sugiyono, 2012: 29).

Deskripsi data selanjutnya adalah menentukan kecenderungan masing-masing variabel. Dari skor tersebut kemudian dikelompokan dalam beberapa kategori, dalam penelitian digunakan 5 kategori. Pengkategorian dilakukan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi ideal. Adapun penentuan kategori kecenderungan variabel menurut Anas Sudijono (2011: 329) sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 X > (M + 1,5 SD) &= \text{Sangat tinggi} \\
 (M + 0,5SD) < X \leq (M + 1,5SD) &= \text{Tinggi} \\
 (M - 0,5SD) < X \leq (M + 0,5SD) &= \text{Sedang} \\
 (M - 1,5SD) < X \leq (M - 0,5SD) &= \text{Rendah} \\
 X \leq (M - 1,5SD) &= \text{Sangat rendah}
 \end{aligned}$$

Dimana

$$M = 1/2 (\text{skor maks} + \text{skor min})$$

$$SD = 1/6 (\text{skor maks} - \text{skor min})$$

Keterangan:

$X$  = Rata-rata hitung

$SD$  = Standar deviasi ideal

$M$  = Rata-rata ideal

## 2. Uji Prasyarat Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak.

Uji normalitas yang akan digunakan adalah Uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan *SPSS versi 17*. Untuk mengetahui apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel normal atau tidak dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig. Jika nilai Asymp. Sig lebih dari atau sama

dengan 0,05 maka distribusi data adalah normal, begitupun sebaliknya jika nilai nilai Asymp. Sig kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal (Ali Muhson, 2012: 21).

### **b. Uji Linearitas**

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan yang linier atau tidak. Pengujian ini dapat menggunakan uji F dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2012: 274):

$$F = \frac{S^2_{TC}}{S^2_G}$$

Keterangan:

- F = Harga bilangan F garis regresi
- $S^2_{TC}$  = Rata-rata kuadrat tuna cocok
- $S^2_G$  = Rata-rata kuadrat galat

Pada penelitian ini perhitungan statistik untuk linieritas hubungan menggunakan program komputer *SPSS versi 17*. Kriteria yang digunakan apabila nilai signifikansi *linearity* < 0,05 maka pengaruh variabel X dengan Y adalah linear, sedangkan apabila nilai signifikansi *linearity* ≥ 0,05 maka pengaruh antara variabel X dengan Y tidak linear.

### **c. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sangat kuat atau sempurna antara variabel bebas (X).

Untuk mengetahui apakah terjadi multikolineritas atau tidak, peneliti menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriterianya adalah jika nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi multikolineritas, sedangkan jika nilai VIF lebih dari 4 maka terjadi multikolineritas (Ali Muhson, 2012: 26).

#### **d. Uji Homosedasitas**

Uji homosedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi mengandung perbedaan variansi residu dari kasus pengamatan satu ke kasus pengamatan lainnya. Jika variansi residu tetap maka uji homosedastisitas dapat terpenuhi. Ada tidaknya homosedastisitas dengan melihat grafik plot antar nilai prediksi variabel terikat dengan residunya (Wahana Komputer, 2003: 258). Selain itu uji homosedastisitas juga bisa menggunakan uji *Rho Spearman*. Dalam uji ini yang perlu ditafsirkan bagian koefisien antara variabel independen dengan absolut residu. Jika nilai sig < 0,05 maka tidak terjadi homosedastisitas, jika sebaliknya maka terjadi homosedastisitas (Ali Muhson, 2005: 64).

### **3. Analisis Data**

Data yang telah dikumpulkan kemudian dilakukan analisis regresi untuk menguji pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, karena variabel bebas lebih dari satu variabel maka persamaan regresi yang digunakan persamaan regresi linear berganda (*multiple*

*regressions*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh dari variabel bebas, yaitu religiusitas ( $X_1$ ), norma subyektif ( $X_2$ ) dan *Perceived Behavioral Control* ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat, yaitu niat membeli produk makanan ringan berlabel halal ( $Y$ ). Analisis regresi berganda ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Versi 17.0 for Windows*. Persamaan regresi linear berganda dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan :

$Y$  = niat membeli produk makanan berlabel halal

$a$  = bilangan konstanta

$\beta$  = koefisien variabel independen (regresi)

$X_1$  = religiusitas

$X_2$  = norma subyektif

$X_3$  = *perceived behavioral control*

(Sugiyono, 2010: 275)

Berdasarkan persamaan regresi linear tersebut, selanjutnya dilakukan analisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### a. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis ketiga, dengan melihat  $F$  hitung dan sig.  $F$  dengan taraf signifikansi 0,05. Pedoman yang dipakai yaitu jika nilai sig.  $F < 0,05$  maka hipotesis yang diajukan dapat diterima dan sebaliknya jika nilai sig.  $F > 0,05$  maka hipotesis

ditolak. Rumus untuk uji F, menurut Sugiyono (2013: 266) rumus untuk uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Keterangan:

- F = harga F hitung
- k = jumlah variabel independent
- n = jumlah anggota sampel
- R = koefisien korelasi ganda

Cara untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis maka F hitung dibandingkan dengan F tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika F hitung  $\geq$  F tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dan hipotesis diterima, namun jika F hitung  $<$  F tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama dan hipotesis ditolak.

### b. Uji Parsial ( Uji t )

Uji Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara individu (parsial). Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2012: 266) sebagai berikut:

$$t_i = \frac{b_i}{S b_i}$$

Keterangan:

- $t_i$  = t hitung
- $b_i$  = koefisien regresi

SE = standar eror regresi  
 Jika  $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$  pada taraf signifikansi 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu dan hipotesis diterima, namun jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

**c. 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 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). 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).

**d. Mencari sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif**

**1) Sumbangan Relatif (SR)**

Sumbangan relatif adalah perbandingan relatifitas yang diberikan satu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel bebas lain yang diteliti. Sumbangan relatif menunjukkan seberapa besar sumbangan secara relatif setiap prediktor terhadap

kriterium untuk keperluan prediksi. Rumus menghitung Sumbangan relatif menurut Sutrisno Hadi (2004: 37) sebagai berikut :

$$SR\% = \frac{\alpha \sum xy}{JK_{reg}} \times 100\%$$

Keterangan :

- SR % = sumbangan relatif dari suatu prediktor
- $\alpha$  = konstanta
- $\sum xy$  = jumlah produk x dan y
- $JK_{reg}$  = jumlah kuadrat regresi

## 2) Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan secara efektif setiap prediktor terhadap kriterium dengan tetap memperhitungkan variabel bebas lain yang tidak diteliti. Sumbangan efektif menurut Sutrisno Hadi (2004: 39) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

- SE % = sumbangan efektif dari suatu prediktor
- SR % = sumbangan relatif dari suatu prediktor
- $R^2$  = Koefisien determinasi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Deskripsi Umum Subyek Penelitian**

Deskripsi data ini memberikan informasi tentang keadaan responden yang dijadikan subyek penelitian. Dari hasil penyebaran kuesioner, data dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim dari berbagai jurusan di Fakultas Ekonomi UNY angkatan 2013-2014 yang berjumlah 174 responden.

###### **a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan**

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY angkatan 2013-2014 yang berasal dari berbagai jurusan. Adapun deskripsi mahasiswa berdasarkan program studi disajikan pada diagram berikut.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Program Studi	Tahun Angkatan		Jumlah Sampel	Percentase (%)
	2013	2014		
Akuntansi	15	18	33	19
Manajemen	14	19	34	20
Pendidikan Administrasi Perkantoran	16	16	32	18
Pendidikan Akuntansi	23	22	45	26
Pendidikan Ekonomi	16	15	30	17
Jumlah total sampel			174	100

*Sumber: data primer yang diolah*

Berdasarkan tabel di atas, deskripsi mahasiswa muslim menurut program studi, dari 174 mahasiswa muslim menunjukkan dari program studi akuntansi sebanyak 33 mahasiswa (19%), manajemen sebanyak 34

mahasiswa (20%), pendidikan administrasi perkantoran sebanyak 32 mahasiswa (18%), pendidikan akuntansi sebanyak 45 mahasiswa (26%) dan pendidikan ekonomi sebanyak 30 mahasiswa (17%). Jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa jurusan pendidikan akuntansi sebanyak 45 mahasiswa (26%).

#### **b. Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan**

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY dari berbagai jurusan dan angkatan yaitu angkatan 2013 dan 2014 yang masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan angkatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No.	Tahun Angkatan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	2013	84	48
2.	2014	90	52
Total		174	100

*Sumber: data primer yang diolah*

Tabel 14 menunjukkan bahwa dari 174 responden dalam penelitian ini responden angkatan 2013 sebanyak 84 mahasiswa atau 48% dan angkatan 2014 sebanyak 90 mahasiswa atau 52%. Berdasarkan perhitungan data di atas maka dapat disimpulkan bahwa presentase yang paling banyak menjadi responden adalah angkatan 2014.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY angkatan 2013 dan 2014. Data penelitian ini adalah tentang religiusitas ( $X_1$ ), norma subyektif ( $X_2$ ), perceived behavioral control ( $X_3$ ) dan niat membeli produk makanan ringan berlabel halal (Y).

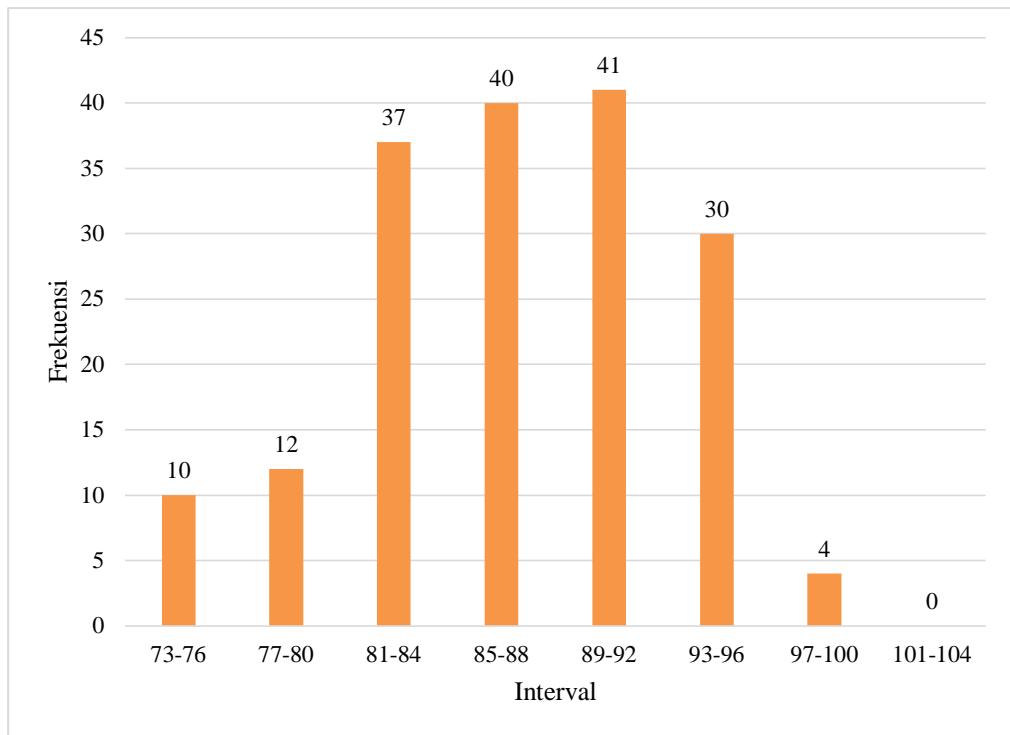
Pada bagian ini akan dideskripsikan data dari masing-masing variabel yang diperoleh di lapangan. Deskripsi data yang disajikan dalam penelitian ini meliputi: nilai *maksimum*, nilai *minimum*, Rerata/*Mean* (M), *Modus* (Mo), *Median* (Me), dan Standar Deviasi (SD). Dalam mengolah data tersebut menggunakan aplikasi SPSS 17.0 *for windows*, adapun hasil rinci pengolahan data sebagai berikut.

### a. Religiusitas

Data variabel religiusitas diperoleh dari angket yang terdiri dari 25 butir pernyataan dengan responden sebanyak 174 mahasiswa muslim. Untuk data variabel religiusitas diperoleh nilai *maksimum* 99; nilai *minimum* 73; *Mean* (M) 86,82; *Median* (ME) 87 dan Standar Deviasi (SD) 5,73.

Jumlah kelas interval menggunakan 8 kelas, yang diperoleh dari  $1+3,3 \log n$ . Rentang data sebesar  $99-73= 26$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $26/8 = 3,25$  dibulatkan menjadi 4. Berikut

disajikan diagram batang distribusi frekuensi variabel religiusitas yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Diagram Batang Frekuensi Variabel Religiusitas

Berdasarkan diagram batang di atas, frekuensi religiusitas mahasiswa muslim paling tinggi berada pada kelas interval 89-92 yaitu sebanyak 41 responden atau sebesar 23,5%. Selanjutnya, variabel religiusitas digolongkan ke dalam kriteria skor ideal dengan 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Berikut ditampilkan tabel kecenderungan variabel religiusitas.

Tabel 15. Kategori Kecenderungan Religiusitas

No	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 81,25$	140	80,5	Sangat Tinggi
2	$68,75 < X \leq 81,25$	34	19,5	Tinggi
3	$56,25 < X \leq 68,75$	0	0	Sedang
4	$43,75 < X \leq 56,25$	0	0	Rendah
5	$X \leq 43,75$	0	0	Sangat Rendah
Jumlah		174	100	

Sumber: Lampiran 4 data diolah

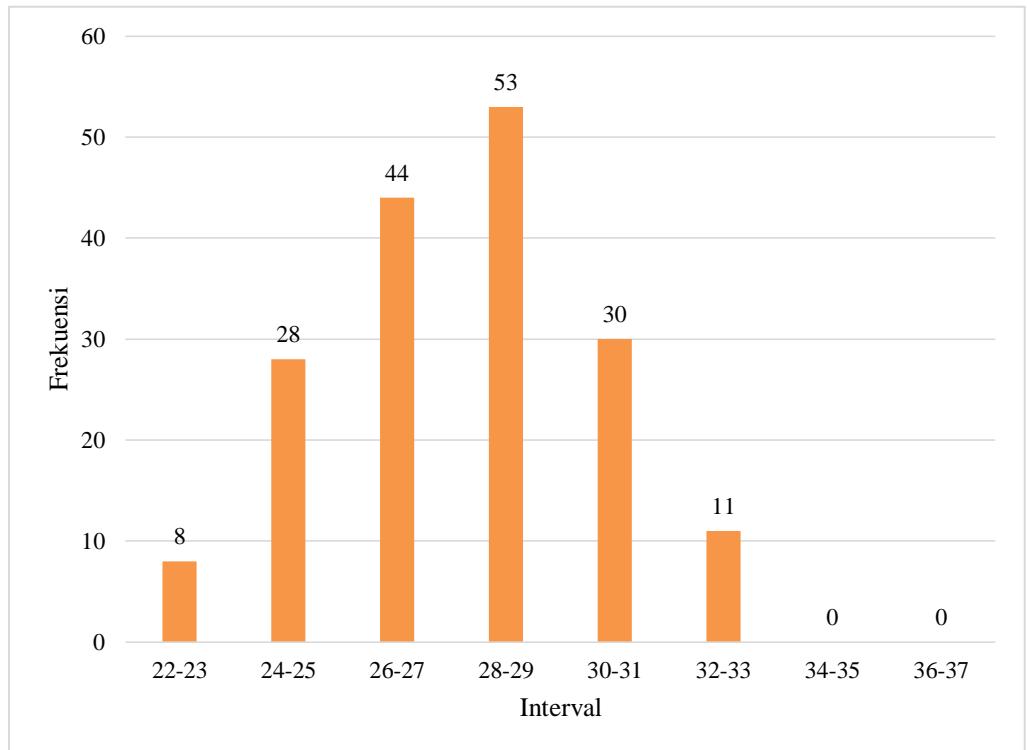
Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa kecenderungan variabel religiusitas berada pada kategori kecenderungan sangat tinggi dengan persentase sebesar 80,5% atau sebanyak 140 mahasiswa. Sedangkan pada kategori tinggi sebesar 19,5% atau sebanyak 34 mahasiswa. Nilai *mean* variabel religiusitas sebesar 86,82 terletak di interval  $X > 81,25$ , maka dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa muslim masuk dalam kategori cenderung sangat tinggi.

### b. Norma Subyektif

Data variabel norma subyektif diperoleh dari angket yang terdiri dari 8 butir pernyataan dengan responden sebanyak 174 mahasiswa muslim. Untuk data variabel norma subyektif diperoleh nilai *maksimum* 32; nilai *minimum* 22; *Mean* (M) 27,67; *Median* (ME) 28 dan Standar Deviasi (SD) 2,41.

Jumlah kelas interval menggunakan 8 kelas, yang diperoleh dari  $1+3,3 \log n$ . Rentang data sebesar  $32-22= 10$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing

kelompok yaitu  $10/8=1,25$  dibulatkan menjadi 2. Berikut disajikan diagram batang distribusi frekuensi variabel norma subyektif yang dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Diagram Batang Variabel Norma Subyektif

Berdasarkan diagram batang di atas, frekuensi norma subyektif mahasiswa muslim paling tinggi berada pada kelas interval 28-29 yaitu sebanyak 53 responden atau sebesar 30,5%. Selanjutnya, variabel norma subyektif digolongkan ke dalam kriteria skor ideal dengan 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Berikut ditampilkan tabel kecenderungan variabel norma subyektif.

Tabel 16. Kategori Kecenderungan Norma Subyektif

No	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 26$	122	70,1	Sangat Tinggi
2	$22 < X \leq 26$	51	29,3	Tinggi
3	$18 < X \leq 22$	1	0,6	Sedang
4	$14 < X \leq 18$	0	0	Rendah
5	$X \leq 14$	0	0	Sangat Rendah
Jumlah		174	100	

Sumber: Lampiran 4 data diolah

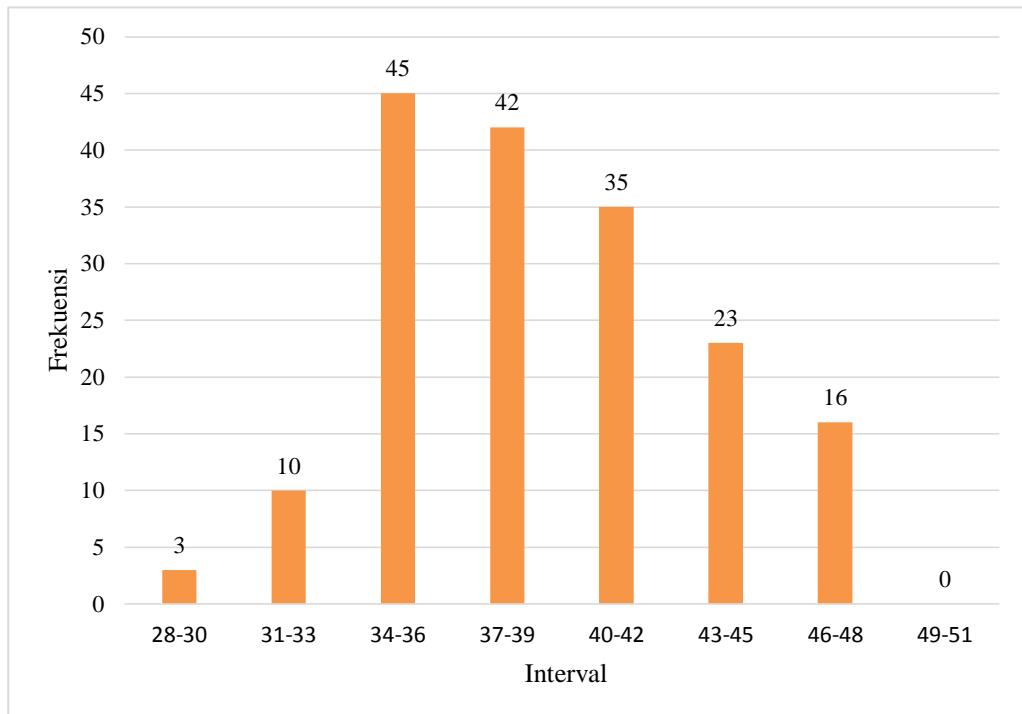
Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa variabel norma subyektif berada pada kategori kecenderungan sangat tinggi dengan persentase sebesar 70,1% atau sebanyak 122 mahasiswa. Sedangkan pada kategori tinggi sebesar 29,3% atau sebanyak 51 mahasiswa dan kategori sedang sebesar 0,6%. Nilai *mean* variabel norma subyektif sebesar 27,67 terletak di interval  $X > 26$ , maka dapat disimpulkan norma subyektif mahasiswa muslim masuk dalam kategori cenderung sangat tinggi.

#### c. *Perceived Behavioral Control*

Data variabel *perceived behavioral control* diperoleh dari angket yang terdiri dari 12 butir pernyataan dengan responden sebanyak 174 mahasiswa muslim. Untuk data variabel perceived behavioral control diperoleh nilai *maksimum* 48; nilai *minimum* 28; *Mean* (M) 39,01; *Median* (ME) 39 dan Standar Deviasi (SD) 4,28.

Jumlah kelas interval menggunakan 8 kelas, yang diperoleh dari  $1+3,3 \log n$ . Rentang data sebesar  $48-28=20$ . Dengan diketahui rentang

data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $20/8 = 2,5$  dibulatkan menjadi 3. Berikut disajikan diagram batang distribusi frekuensi variabel *perceived behavioral control* yang dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 6. Diagram Batang Variabel *Perceived Behavioral Control*

Berdasarkan diagram batang di atas, frekuensi *perceived behavioral control* mahasiswa muslim paling tinggi berada pada kelas interval 34-36 yaitu sebanyak 45 responden atau sebesar 25,9%. Selanjutnya, variabel perceived behavioral control digolongkan ke dalam kriteria skor ideal dengan 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Berikut ditampilkan tabel kecenderungan variabel *perceived behavioral control*.

Tabel 17. Kategori Kecenderungan *Perceived Behavioral Control*

No	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 45$	16	9,2	Sangat Tinggi
2	$35 < X \leq 45$	122	70,1	Tinggi
3	$25 < X \leq 35$	36	20,7	Sedang
4	$15 < X \leq 25$	0	0	Rendah
5	$X \leq 15$	0	0	Sangat Rendah
Jumlah		174	100	

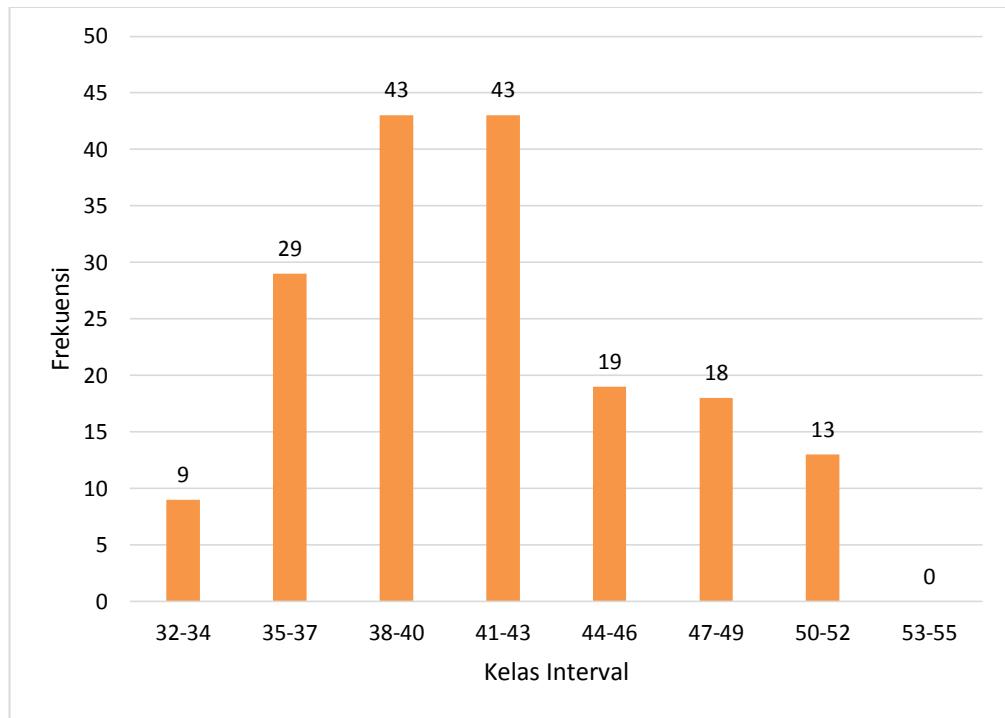
Sumber: Lampiran 4 data diolah

Berdasarkan tabel 17 dapat diketahui bahwa variabel *perceived behavioral control* berada pada kategori kecenderungan tinggi dengan persentase sebesar 70,1% atau sebanyak 122 mahasiswa. Sedangkan pada kategori sangat tinggi sebesar 9,2% atau sebanyak 16 mahasiswa dan pada kategori sedang sebesar 20,7% atau sebanyak 36 mahasiswa. Nilai *mean* variabel *perceived behavioral control* sebesar 39,01 terletak di interval  $35 < X \leq 45$ , maka dapat disimpulkan bahwa kontrol perilaku persepsian atau *perceived behavioral control* mahasiswa muslim masuk dalam kategori cenderung tinggi.

#### d. Niat Membeli

Data variabel niat membeli diperoleh dari angket yang terdiri dari 13 butir pernyataan dengan responden sebanyak 174 mahasiswa muslim. Untuk data variabel niat membeli diperoleh nilai *maksimum* 52; nilai *minimum* 32; *Mean* (M) 41,4; *Median* (ME) 41 dan Standar Deviasi (SD) 4,72.

Jumlah kelas interval menggunakan 8 kelas, yang diperoleh dari  $1+3,3 \log n$ . Rentang data sebesar  $52-32= 20$ . Dengan diketahui rentang data maka dapat diperoleh panjang kelas interval masing-masing kelompok yaitu  $20/8 = 2,5$  dibulatkan menjadi 3. Berikut disajikan diagram batang distribusi frekuensi variabel niat membeli yang dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Diagram Batang Variabel Niat Membeli

Berdasarkan diagram batang di atas, frekuensi niat membeli mahasiswa muslim paling tinggi berada pada kelas interval 38-40 dan 41-43 yaitu sama-sama sebanyak 43 responden atau sebesar 24,7%. Selanjutnya, variabel niat membeli digolongkan ke dalam kriteria skor

ideal dengan 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Berikut ditampilkan tabel kecenderungan variabel niat membeli.

Tabel 18. Kategori Kecenderungan Niat Membeli

No	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 42,25$	63	36,2	Sangat Tinggi
2	$35,75 < X \leq 42,25$	97	55,8	Tinggi
3	$29,25 < X \leq 35,75$	14	8	Sedang
4	$22,75 < X \leq 29,25$	0	0	Rendah
5	$X \leq 22,75$	0	0	Sangat Rendah
	Jumlah	174	100	

*Sumber: Lampiran 4 data diolah*

Berdasarkan tabel 18 dapat diketahui bahwa variabel niat membeli berada pada kategori kecenderungan tinggi dengan persentase sebesar 55,8% atau sebanyak 97 mahasiswa. Sedangkan pada kategori sangat tinggi sebesar 36,2% atau sebanyak 63 mahasiswa dan pada kategori sedang sebesar 8% atau sebanyak 14 mahasiswa. Nilai *mean* variabel niat membeli sebesar 41,4 terletak di interval  $35,75 < X \leq 42,25$ , maka dapat disimpulkan bahwa niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim masuk dalam kategori cenderung tinggi.

## B. Pengujian Prasyarat Analisis

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Rumus yang digunakan adalah rumus *Kolmogorov Smirnov*. Untuk mengetahui apakah distribusi frekuensi

masing-masing variabel normal atau tidak dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig.*

Jika nilai nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $<0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $\geq0,05$  maka data berdistribusi normal. Dengan bantuan *SPSS Versi 17.00* hasil uji normalitas ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 19. Ringkasan Hasil Uji Normalitas

No.	Nama Variabel	Kolmogorov-Smirnov Z	Nilai Asymp. Sig	Hasil Pengujian
1.	Religiusitas	1,038	0,232	Normal
2.	Norma Subyektif	1,243	0,091	Normal
3.	<i>Perceived Behavioral Control</i>	1,222	0,101	Normal
4.	Niat Membeli	1,206	0,109	Normal

Sumber: Lampiran 5 data diolah

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel di atas nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* untuk variabel religiusitas adalah  $0,232 \geq 0,05$ , variabel norma subyektif adalah  $0,091 \geq 0,05$ , *perceived behavioral control* adalah  $0,101 \geq 0,05$  dan niat membeli adalah  $0,109 \geq 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel religiusitas, norma subyektif, perceived behavioral control dan niat membeli semuanya berdistribusi normal.

## 2. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Jika harga sig tersebut  $<0,05$  maka hubungannya tidak linear, sedangkan jika nilai *Sig*  $\geq 0,05$  maka

hubungannya bersifat linear. Setelah dilakukan perhitungan dengan bantuan *SPSS versi 17.00*. Hasil uji linieritas ditunjukkan tabel berikut.

Tabel 20. Ringkasan Hasil Uji Linieritas

<b>Variabel</b>		<b>F</b>	<b>Sig</b>	<b>Kesimpulan</b>
<b>Bebas</b>	<b>Terikat</b>			
Religiusitas	Niat Membeli	0,852	0,670	Linier
Norma Subyektif	Niat Membeli	1,060	0,395	Linier
Perceived Behavioral Control	Niat Membeli	1,147	0,311	Linier

*Sumber: Lampiran 5 data diolah*

Dari hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa  $\text{Sig} \geq 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai toleransi lebih dari 0,100 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 4, apabila tidak terjadi multikolinearitas maka analisis dapat dilanjutkan. Dengan bantuan *SPSS Versi 17.00* diperoleh hasil uji kolinearitas adalah sebagai berikut.

Tabel 21. Ringkasan Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Religiusitas	0,609	1,643	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Norma Subyektif	0,643	1,555	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Perceived Behavioral Control	0,518	1,931	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Lampiran 5 data diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance* lebih dari 0,25 dan nilai VIF kurang dari 4.

#### 4. Uji Homosedastisitas

Ada tidaknya homosedastisitas dapat dilihat dari pola grafik antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Untuk memperkuat pengujian homosedastisitas digunakan juga uji *Rho Spearman*. Dalam uji ini yang perlu ditafsirkan hanyalah bagian koefisien korelasi *Rho Spearman* antara variabel independen dengan absolut residu. Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka tidak terjadi homosedastisitas, jika sebaliknya maka terjadi homoskedastisitas. Dengan bantuan *SPSS Versi 17.00* diperoleh hasil uji homoskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 22. Ringkasan Hasil Uji Homosedastisitas

No.	Variabel	<i>Spearman's rho</i>	Sig.	Kesimpulan
1.	Religiusitas	1,000	0,287	Homosedastisitas
2.	Norma Subyektif	0,430	0,055	Homosedastisitas
3.	Perceived Behavioral Control	0,608	0,400	Homosedastisitas

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

### C. Pengujian Hipotesis Penelitian

#### 1. Mencari Persamaan Garis Regresi Ganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi ganda. Berikut rangkuman hasil analisis regresi ganda.

Tabel 23. Rangkuman Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koef. Regresi (B)	t hitung	Sig.	Kesimpulan
Religiusitas (X1)	0,227	3,532	0,001	Signifikan
Norma Subyektif (X2)	0,348	2,337	0,021	Signifikan
Perceived Behavioral Control (X3)	0,292	3,128	0,002	Signifikan
Konstanta	$= 0,678$			
R	$= 0,606$			
$R^2$	$= 0,368$			
$F_{hitung}$	$= 32,966$			
Sig	$= 0,000$			

Sumber: Lampiran 6 data diolah

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

$$Y = 0,678 + 0,227 X_1 + 0,348 X_2 + 0,292 X_3$$

#### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* secara

bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu niat membeli produk makanan ringan berlabel halal. Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal, pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 32,966 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 karena nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka hipotesis ketiga yang berbunyi “Terdapat pengaruh positif religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* secara bersama-sama terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal” diterima. Hal ini mengandung arti bahwa variabel religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

### **3. 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.

#### **a. Pengaruh religiusitas terhadap niat membeli produk makan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY**

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal diperoleh nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,227. Pada taraf signifikansi 5%

dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 3,532 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 karena nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 maka hipotesis pertama yang berbunyi “Terdapat pengaruh positif religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY” diterima. Artinya, semakin tinggi religiusitas mahasiswa maka semakin tinggi pula niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

**b. Pengaruh norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY**

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal diperoleh nilai koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar 0,348. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,337 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 maka hipotesis kedua yang berbunyi “Terdapat pengaruh positif norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY” diterima. Artinya, semakin tinggi norma subyektif maka semakin tinggi pula niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

**c. Pengaruh *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY**

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal diperoleh nilai koefisien regresi ( $b_3$ ) sebesar 0,292. Pada taraf signifikansi 5%, dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 3,128 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi ( $p$ )  $< 0,05$  maka hipotesis ketiga yang berbunyi “Terdapat pengaruh positif *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY” diterima. Artinya, semakin tinggi *perceived behavioral control* mahasiswa maka semakin tinggi pula niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

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

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan berapa besar persentase variabel bebas (*religiusitas, norma subyektif dan perceived behavioral control*) secara bersama-sama menerangkan variansi variabel terikat (niat membeli produk makanan ringan berlabel halal)

Hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,368 atau 36,8%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 36,8% niat membeli produk makanan ringan berlabel halal dipengaruhi oleh religiusitas,

norma subyektif dan *perceived behavioral control*. Sedangkan sisanya yaitu 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **5. Mencari Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)**

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda dapat diketahui besarnya SR dan SE masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya SR dan SE dapat dilihat dari tabel 24.

Tabel 24. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

Variabel	Sumbangan Relatif (SR)	Sumbangan Efektif (SE)
Religiusitas (X1)	39,05%	14,37%
Norma Subyektif (X2)	22,29%	8,20%
<i>Perceived Behavioral Control</i> (X3)	38,66%	14,23%
Jumlah	100%	36,80%

*Sumber: Lampiran 6 data diolah*

## **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi UNY**

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa religiusitas mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan frekuensi sebanyak 140 responden atau 80,5%. Jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar mahasiswa muslim FE UNY memiliki religiusitas yang sangat tinggi.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel

halal. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,532 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 dan nilai (b1) sebesar 0,227. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 maka dapat disimpulkan, semakin tinggi religiusitas mahasiswa maka akan semakin tinggi niat membeli produk makanan ringan berlabel halal. Sebaliknya semakin rendah religiusitas mahasiswa, maka semakin rendah pula niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Delener (1994) bahwa religiusitas merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Selain itu seperti yang diungkapkan oleh (Ahmad, Kadir dan Salehudin, 2013) sudah diyakini bahwa agama memiliki peran penting seperti dalam konsumsi makanan untuk Muslim di negara Islam atau negara non-Muslim. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Arshia Mukhtar dan Muhammad Mohsin Butt (2012) dalam jurnal yang berjudul "*Intention to Choose Halal Product: The Role of Religiosity*". Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa religiusitas intrapersonal berpengaruh terhadap niat memilih produk halal.

## **2. Pengaruh Norma Subyektif terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi UNY**

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa norma subyektif termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan frekuensi

122 responden atau 70,1%. Jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar mahasiswa muslim FE UNY mempunyai norma subyektif yang sangat tinggi terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,337 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 dan nilai (b2) sebesar 0,348. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 maka dapat disimpulkan, semakin tinggi norma subyektif maka akan semakin tinggi niat membeli produk makanan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Sebaliknya semakin rendah norma subyektif, maka semakin rendah pula niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Hal tersebut sesuai dengan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang diungkapkan oleh Icek Ajzen (2005), bahwa norma subyektif (*subjective norm*) yaitu persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang nantinya akan mempengaruhi niat. Seseorang akan berniat melakukan suatu perilaku apabila ia merasa bahwa pendapat orang-orang disekelilingnya penting dan ia merasakan tekanan sosial dari *social referent* untuk melakukan perilaku tersebut. Dalam penelitian ini norma subyektif diukur dari pengaruh

keluarga dan teman sebaya dalam mempengaruhi niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Jessvita Anggelina J. P dan Edwin Japarianto (2014) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Sikap, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Purchase Intention* Pelanggan SOGO *Departement Store* di Tunjungan Plaza Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

### **3. Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi UNY**

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa *perceived behavioral control* termasuk dalam kategori tinggi dengan frekuensi sebanyak 122 responden atau 70,1%. Jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar mahasiswa muslim FE UNY memiliki kontrol perilaku persepsian yang baik terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,128 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar

0,292. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 maka dapat disimpulkan, semakin tinggi *perceived behavioral control* maka akan semakin tinggi pula niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Sebaliknya, semakin rendah *perceived behavioral control* mahasiswa maka semakin rendah pula niat membeli produk makanan ringan berlabel halal.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Jessvita Anggelina J. P dan Edwin Japarianto (2014) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Sikap, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Purchase Intention* Pelanggan SOGO *Departement Store* di Tunjungan Plaza Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. *Behavioral control* memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan sikap dan *subjective norm*.

#### **4. Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi UNY**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* secara bersama-sama terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Hal ini ditunjukkan

dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 32,966 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau  $F < 0,05$ .

Hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,368 atau 36,8%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat. Sumbangan efektif tersebut berarti religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* mempengaruhi 36,8% niat membeli sedangkan sisanya sebesar 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

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

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,532, koefisien regresi (b1) sebesar 0,227 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,337, koefisien regresi (b1) sebesar 0,348 dan nilai signifikansi sebesar 0,021. Karena nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subyektif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,128, koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,292 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Karena nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* secara bersama-sama terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 32,966 dengan nilai signifikansi  $F$  sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $F$  < 0,05 maka terdapat pengaruh religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* secara bersama-sama terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,368 atau 36,8%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan 36,8% niat membeli produk makanan ringan berlabel halal dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* sedangkan sisanya sebesar 63,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sumbangan efektif masing-masing variabel yaitu 14,37% untuk variabel

religiusitas, 8,20% untuk variabel norma subyektif dan 14,23% untuk variabel *perceived behavioral control*.

### B. Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang pengaruh religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY, yaitu sebagai berikut:

1. Karena religiusitas memberikan pengaruh yang positif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi UNY dan mahasiswa muslim memiliki tingkat religiusitas yang sangat tinggi maka sebaiknya tingkat religiusitas itu dipertahankan.
2. Karena norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal maka bagi orang-orang disekeliling mahasiswa terutama keluarga, orangtua, teman hendaknya selalu memberikan saran serta contoh yang baik.
3. Karena kontrol perilaku yang dipersepsikan mahasiswa tinggi terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal maka kontrol tersebut sebaiknya tetap dipertahankan.

### C. Keterbatasan

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan antara lain:

1. Dalam penelitian ini hanya meneliti tiga faktor, yaitu religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control*, sehingga hanya bisa memberikan informasi seberapa besar pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap niat membeli produk makanan ringan berlabel halal pada mahasiswa muslim FE UNY. Sedangkan pengaruh faktor lain dalam penelitian ini tidak bisa diketahui secara rinci.
2. Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan menggunakan angket, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan kenyataan yang sesungguhnya.
3. Populasi diambil dari satu fakultas sehingga generalisasi hasil penelitian hanya berlaku pada satu fakultas saja yaitu fakultas ekonomi.
4. Terdapat item pernyataan instrumen yang kurang sesuai karena memiliki dua penafsiran.
5. Dalam penelitian ini penentuan data populasi mahasiswa muslim FE UNY menggunakan data populasi yang berasal dari UKM Al Fatih FE UNY seharusnya menggunakan data populasi yang berasal dari Sub. Bagian Informasi Akademik UNY karena data tersebut lebih valid.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmat Zakarija. 2010. *Theory of Planned Behaviour, Masihkah Relevan?*. Diunduh dari <http://zakarija.staff.umm.ac.id> pada tanggal 2 Februari 2015.
- Ahmad, M; Kadir, S; Saleluddin, N, 2013, *Perception and Behavior's of Muslims and Non-Muslims Towards Halal Products, Journal of Social and Development Sciences (Juni 2013)*: 249-25.
- Ajzen, Icek. 1991. *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50, 179-211. Amherst: Academia Press.Inc.
- Ajzen, Icek. 2002. *Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior*. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 4, pp. 665-683.
- Ajzen, Icek. 2005. *Attitude, Personality, and Behavior second edition*. USA: Open University Press.
- Ali Muhsin. 2005. *Aplikasi Komputer*. Diktat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Modul Pelatihan SPSS*. Diktat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anas Sudijono. 2009. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ancok, D dan Suroso F. N. 2011. *Psikologi Islami Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Angipora, Marius P, 2002. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. 2010. <http://sp2010.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 12 April 2015 pukul 19.10 WIB
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung CV: Alfabeta.
- Durianto, D., dan Liana, C., (2004), *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*, Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 11, No. 1.
- Fatkhuromah. 2015. *Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Studi*

- Pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah).* Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research.* Philippines: Addison-Wesley Publishing Company.
- Feri Kusnandar. 2010. *FAQ tentang Pangan Halal.* Departemen Ilmu Teknologi-IPB
- Harun Nasution. 1985. *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspeknya Jilid I.* Jakarta: UI Press
- Jalaluddin. 2001. *Psikologi Agama.* Jakarta: PT Raja Grafindo
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Jessvita, Anggelina; Edwin Japarianto. 2014. *Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Departement Store di Tunjungan Plaza Surabaya.* Jurnal Strategi Pemasaran Vol. 2, No. 1 Hal. 1-7.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan.* Yogyakarta: Andi Offset
- Jusmaliani; Hanny, N. 2009. *Religiosity Aspect in Consumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption.* Asean Marketing Journal, Vol.I No. 2.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan. Jilid 2.* Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium.* Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lovidya Helmi. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Untuk Membeli Produk Makanan Organik Berlabel Halal.* Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.
- Mangunwijaya, Y. B. 1982. *Sastran dan Religiusitas.* Yogyakarta: Kanisius.
- Mukhtar, A; Muhammad M. 2012. *Intention to Choose Halal Product: The Role of Religiosity.* Journal of Islamic Marketing Vol. 3 No. 2, 2012. Hal. 108-120.
- Nashori, Fuad. 2002. *Agenda Psikologi Islam.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Nurul Huda; Muchlisin. 2014. *Pengaruh Label Halal Pada Makanan Terhadap Konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta*. SUHUF, Vol. 26, No. 1, Mei 2014: 57-66
- Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (pasal 1 ayat 5).
- Qardhawi, Yusuf. 2002. *Halal dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Quraish, Syihab. 1997. *Wawasan al-Quran*. Bandung: Mizan.
- Rahmah. 2011. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Membeli Buku Referensi Kuliah Ilegal Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rakhmat, J. 2004. *Meraih Kebahagiaan*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Shiffman, Leon G, and Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior 7e, Int Edition*. New Jersey: Prenhallindo.
- Simanjuntak, M; Muhammad M. 2014. *The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students*. Asean Marketing Journal, Vol. VI-No.2 65-76.
- Suara-Islam.com. 2015. *Dewan Dakwah Dorong LPPOM MUI Lakukan Edukasi Halal*. Diakses dari <http://www.suara-islam.com/read/index/13040/Dewan-Dakwah-Dorong-LPPOM-MUI-Lakukan-Edukasi-Halal> pada tanggal 14 April 2015 pukul 12.30 WIB
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sukesti, F; Budiman, M. 2014. The Influence Halal Label and Personal Religiousity on Purchase Decision on Food Products in Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law, Vol 4, Issue 1 (June) ISSN 2289-1552*.
- Surat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No HK.00.05.52.4040 tanggal 9 Oktober 2006 tentang Kategori Pangan

- Sururin. 2004. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sutrisno Hadi. 1991. *Analisa Butir Untuk Instrumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sutrisno Hadi. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tribun Nasional. 2014. *Produk Bersertifikat Halal di Indonesia Baru 20 Persen Malaysia Sudah 90 Persen*. Diakses dari <http://www.tribunnews.com/nasional/2014/03/07/produk-bersertifikasi-halal-di-indonesia-baru-20-persen-malaysia-sudah-90-persen> pada tanggal 15 April 2015 pukul 15.25 WIB.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Pasal 1 angka 1.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Wahana Komputer. 2003. *Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- <http://pusathalal.com/artikel-referensi/info-penting-halal/151-info-penting/info-penting-halal-8/605-waspadai-logo-halal-pada-produk> diakses tanggal 14 April 2015 pukul 11.12 WIB.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Makanan\\_ringan](https://id.wikipedia.org/wiki/Makanan_ringan) diakses tanggal 21 Desember 2015 pukul 16.15 WIB.
- <http://inventure.id/index.php/2015/11/03/pasar-halal/> diakses pada tanggal 3 November 2015 14.30 WIB.
- [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org) diakses pada tanggal 8 Juni 2015 pukul 19.25 WIB.
- [www.produk.halal.or.id](http://www.produk.halal.or.id) diakses pada tanggal 13 Mei 2015 pada pukul 08.42 WIB.
- [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) diakses pada tanggal 14 April 2015 pukul 12.56 WIB.

# LAMPIRAN



## **LAMPIRAN 1**

### **INSTRUMEN PENELITIAN**

- a. Sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas
- b. Setelah Uji Validitas dan Reliabilitas

## SEBELUM UJI VALIDITAS

### ANGKET PENELITIAN

#### Kata Pengantar

Assalamualaikum Wr. Wb,

Puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat-Nya. Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi yang sedang saya lakukan di program studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (FE UNY), dengan judul: **“Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi UNY)”**.

Maka saya mengharap kesediaan saudara/i untuk mengisi angket ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian, serta syarat untuk melanjutkan ketahap berikutnya. Data teman-teman semua Insya Allah akan terjaga kerahasiannya. Atas kerjasama saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Walaikumsalam Wr. Wb

Hormat saya,

Ekawati Labibah H. R

### **Identitas Responden**

Nama :

NIM :

Angkatan :

Jurusan :

### **Petunjuk Pengisian**

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan cara memberi tanda *check list* (✓) pada salah satu kolom berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

#### **1. Religiusitas**

No.	Peryataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya percaya kepada Allah SWT				
2.	Saya percaya bahwa tidak ada Tuhan selain Allah SWT				
3.	Saya yakin bahwa Al Quran berisi ajaran-ajaran yang				

	baik bagi pedoman hidup saya			
4.	Saya yakin Al Quran sebagai penyempurna kitab-kitab sebelumnya			
5.	Saya melaksanakan kewajiban sholat lima waktu secara tertib			
6.	Ketika bulan Ramadhan, saya berpuasa sebulan penuh kecuali saat berhalangan (sakit, datang bulan, berpergian jauh).			
7.	Saya biasa melakukan puasa sunah			
8	Sebelum dan sesudah melaksanakan sholat lima waktu, saya tidak lupa melaksanakan sholat sunnah			
9	Saya rajin membaca Al Quran			
10.	Dengan selalu berdoa dan berdzikir saya merasa dekat dengan Allah SWT			
11.	Saya merasa bahwa Allah senantiasa mendengarkan doa saya dan mengabulkannya			
12.	Saya merasa Allah jauh dengan saya			
13.	Saya merasa Allah selalu menolong saya di manapun dan dalam keadaaan apapun			
14.	Saya yakin dengan selalu bersyukur, Allah akan melipatgandakan rejeki saya			
15.	Saya sering lupa untuk bersyukur saat diberikan nikmat oleh Allah			
16.	Saya sering mengikuti pengajian atau kajian agama			
17.	Saya tertarik untuk membaca buku-buku keagamaan			
18.	Saya tahu bahwa Allah memerintahkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan thoyib (baik)			
19.	Saya tahu Allah milarang mengkonsumsi makanan			

	yang mengandung babi, darah, serta minuman yang memabukkan				
20.	Mengkonsumsi sesuatu yang terdapat kandungan babi di dalamnya adalah haram				
21.	Ketika ada saudara maupun teman yang membutuhkan pertolongan, saya berusaha untuk membantunya				
22.	Saya mudah memaafkan kesalahan orang lain				
23.	Ketika saya mendapatkan rezeki yang lebih saya akan menyisihkannya untuk bersedekah				
24.	Saya selalu menolak jika ada ajakan untuk melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama				
25.	Ajaran agama menjadi pedoman saya dalam melaksanakan kehidupan sehari-hari				
26.	Saya yakin bahwa agama dapat membantu memecahkan persoalan hidup saya				
27.	Sebagai hamba Allah, saya harus mematuhi perintahNya dan menjauhi laranganNya				

## 2. Norma Subyektif

No.	Peryataan	SS	S	TS	STS
1.	Keluarga saya mengutamakan kehalalan produk makanan berlabel halal dan sering membeli produk makanan ringan berlabel halal				
2	Saya peduli dengan saran atau nasihat keluarga saya				
3	Keluarga saya berpendapat bahwa saya sebaiknya membeli produk makanan berlabel halal karena sudah terjamin kandungannya				

4	Teman saya banyak yang membeli produk makanan ringan berlabel halal				
5	Saya peduli dengan saran atau nasihat teman-teman saya				
6	Teman saya berpendapat sebaiknya saya membeli produk makanan berlabel halal				
7	Saya akan mengikuti pendapat keluarga saya dan berniat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal				
8	Saya akan mengikuti pendapat teman saya dan berniat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal				

### 3. Perceived Behavioral Control

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya lebih berhati-hati memilih produk makanan ringan karena banyak yang menggunakan label halal palsu yang bukan berasal dari MUI				
2.	Saya pernah tertipu dengan makanan yang tidak halal sehingga membuat saya lebih berhati-hati dalam membeli makanan				
3.	Saya sering membeli produk makanan ringan yang berlabel halal untuk camilan				
4.	Saya tahu bahwa label halal yang resmi berasal dari LPPOM MUI				
5.	Saya tahu bahwa pada label halal yang resmi terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia				
6	Saya tahu bahwa mengkonsumsi makanan halal itu				

	penting bagi seorang muslim			
7.	Kurangnya informasi tentang produk-produk makanan ringan kemasan yang berlabel halal MUI membuat saya kesulitan untuk memilih produk makanan tersebut			
8.	Dengan membeli produk makanan yang berlabel halal saya ingin mendapatkan berkah			
9.	Saya mudah untuk mendapatkan produk makanan ringan kemasan berlabel halal MUI di daerah tempat saya tinggal			
10.	Harga produk makanan ringan yang berlabel halal MUI sedikit lebih mahal membuat saya enggan untuk membeli			
11.	Harga bukan menjadi masalah bagi saya asalkan produk makanan ringan tersebut sudah berlabel halal resmi MUI			
12.	Saya merasa biasa-biasa saja jika tidak membeli produk makanan yang berlabel halal			
13.	Saya punya cukup waktu untuk memperhatikan dengan cermat produk-produk makanan ringan yang terdapat label halal MUI karena itu penting bagi saya			
14.	Memperhatikan dengan cermat apakah suatu produk makanan itu berlabel halal MUI atau tidak hanya akan membuang-buang waktu saya			

#### 4. Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal

No.	Peryataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai apa itu makanan halal				
2.	Saya tertarik mencari informasi mengenai produk makanan ringan dalam kemasan yang berlabel halal MUI				
3.	Sebelum saya membeli produk makanan ringan dalam kemasan, saya akan memperhatikan kehalalan makanan tersebut				
4.	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI karena merasa aman				
5.	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI karena orang-orang disekeliling saya banyak yang membeli produk makanan berlabel halal				
6.	Saya tertarik untuk mencoba produk makanan ringan berlabel halal MUI karena sudah teruji kandungannya				
7.	Saya tidak tertarik untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal karena menurut saya sama saja dengan yang tidak memiliki label halal				
8.	Saya ingin mengetahui produk makanan kemasan apa saja yang berlabel halal MUI				
9.	Saya tidak ingin mengetahui produk makanan kemasan apa saja yang berlabel halal MUI karena bagi saya itu tidak penting				

10.	Saya berniat membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI karena merasa terjamin kehalalannya				
11.	Saya tidak berniat membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI				
12.	Saya akan berusaha selalu membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI				
13.	Saya ingin selalu membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI				

~ Terima Kasih ~

## SETELAH UJI VALIDITAS

### ANGKET PENELITIAN

#### Kata Pengantar

Assalamualaikum Wr. Wb,

Puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat-Nya. Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi yang sedang saya lakukan di program studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (FE UNY), dengan judul: **“Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi UNY)”**.

Maka saya mengharap kesediaan saudara/i untuk mengisi angket ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian, serta syarat untuk melanjutkan ketahap berikutnya. Data teman-teman semua Insya Allah akan terjaga kerahasiannya. Atas kerjasama saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Walaikumsalam Wr. Wb

Hormat saya,

Ekawati Labibah H. R

### **Identitas Responden**

Nama :

NIM :

Angkatan :

Jurusan :

### **Petunjuk Pengisian**

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan cara memberi tanda *check list* (✓) pada salah satu kolom berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

#### **1. Religiusitas**

No.	Peryataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya percaya kepada Allah SWT				
2.	Saya percaya bahwa tidak ada Tuhan selain Allah SWT				
3.	Saya yakin bahwa Al Quran berisi ajaran-ajaran yang baik bagi pedoman hidup saya				
4.	Saya yakin Al Quran sebagai penyempurna kitab-kitab sebelumnya				
5.	Saya melaksanakan kewajiban sholat lima waktu				

	secara tertib			
6.	Ketika bulan Ramadhan, saya berpuasa sebulan penuh kecuali saat berhalangan (sakit, datang bulan, berpergian jauh).			
7	Sebelum dan sesudah melaksanakan sholat lima waktu, saya tidak lupa melaksanakan sholat Sunnah			
8	Saya rajin membaca Al Quran			
9.	Dengan selalu berdoa dan berdzikir saya merasa dekat dengan Allah SWT			
10.	Saya merasa bahwa Allah senantiasa mendengarkan doa saya dan mengabulkannya			
11.	Saya merasa Allah jauh dengan saya			
12.	Saya merasa Allah selalu menolong saya di manapun dan dalam keadaan apapun			
13.	Saya yakin dengan selalu bersyukur, Allah akan melipatgandakan rejeki saya			
14.	Saya sering lupa untuk bersyukur saat diberikan nikmat oleh Allah			
15.	Saya sering mengikuti pengajian atau kajian agama			
16.	Saya tertarik untuk membaca buku-buku keagamaan			
17.	Saya tahu bahwa Allah memerintahkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan thoyib (baik)			
18.	Saya tahu Allah milarang mengkonsumsi makanan yang mengandung babi, darah, serta minuman yang memabukkan			
19.	Mengkonsumsi sesuatu yang terdapat kandungan babi di dalamnya adalah haram			
20.	Ketika ada saudara maupun teman yang membutuhkan			

	pertolongan, saya berusaha untuk membantunya				
21.	Saya mudah memaafkan kesalahan orang lain				
22.	Saya selalu menolak jika ada ajakan untuk melakukan hal-hal yang dilarang oleh agama				
23.	Ajaran agama menjadi pedoman saya dalam melaksanakan kehidupan sehari-hari				
24.	Saya yakin bahwa agama dapat membantu memecahkan persoalan hidup saya				
25.	Sebagai hamba Allah, saya harus mematuhi perintahNya dan menjauhi laranganNya				

## 2. Norma Subyektif

No.	Peryataan	SS	S	TS	STS
1.	Keluarga saya mengutamakan kehalalan produk makanan berlabel halal dan sering membeli produk makanan ringan berlabel halal				
2	Saya peduli dengan saran atau nasihat keluarga saya				
3	Keluarga saya berpendapat bahwa saya sebaiknya membeli produk makanan berlabel halal karena terjamin kandungannya				
4	Teman saya banyak yang membeli produk makanan ringan berlabel halal				
5	Saya peduli dengan saran atau nasihat teman-teman saya				
6	Teman saya berpendapat sebaiknya saya membeli produk makanan berlabel halal				
7	Saya akan mengikuti pendapat keluarga saya dan				

	berniat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal				
8	Saya akan mengikuti pendapat teman saya dan berniat untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal				

### 3. *Perceived Behavioral Control*

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya lebih berhati-hati memilih produk makanan ringan karena banyak yang menggunakan label halal palsu yang bukan berasal dari MUI				
2.	Saya sering membeli produk makanan ringan atau snack yang berlabel halal untuk camilan				
3.	Saya tahu bahwa label halal yang resmi berasal dari LPPOM MUI				
4.	Saya tahu bahwa pada label halal yang resmi terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia				
5	Saya tahu bahwa mengkonsumsi makanan halal itu penting bagi seorang muslim				
6.	Dengan membeli produk makanan yang berlabel halal saya ingin mendapatkan berkah				
7.	Saya mudah untuk mendapatkan produk makanan ringan kemasan berlabel halal MUI di daerah tempat saya tinggal				
8.	Harga produk makanan ringan yang berlabel halal MUI sedikit lebih mahal dan membuat saya enggan untuk membeli				
9.	Harga bukan menjadi masalah bagi saya asalkan produk				

	makanan ringan tersebut sudah berlabel halal resmi MUI			
10.	Saya merasa biasa-biasa saja jika tidak membeli produk makanan yang berlabel halal			
11.	Saya punya cukup waktu untuk memperhatikan dengan cermat produk-produk makanan ringan yang terdapat label halal MUI karena itu penting bagi saya			
12.	Memperhatikan dengan cermat apakah suatu produk makanan itu berlabel halal MUI atau tidak hanya akan membuang-buang waktu saya			

#### 4. Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal

No.	Peryataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai apa itu makanan halal				
2.	Saya tertarik mencari informasi mengenai produk makanan ringan dalam kemasan yang berlabel halal MUI				
3.	Sebelum saya membeli produk makanan ringan dalam kemasan, saya akan memperhatikan kehalalan makanan tersebut				
4.	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI karena merasa aman				
5.	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI karena orang-orang disekeliling saya banyak yang membeli produk				

	makanan berlabel halal			
6.	Saya tertarik untuk mencoba produk makanan ringan berlabel halal MUI karena sudah teruji kandungannya			
7.	Saya tidak tertarik untuk membeli produk makanan ringan berlabel halal karena menurut saya sama saja dengan yang tidak memiliki label halal			
8.	Saya ingin mengetahui produk makanan kemasan apa saja yang berlabel halal MUI			
9.	Saya tidak ingin mengetahui produk makanan kemasan apa saja yang berlabel halal MUI karena bagi saya itu tidak penting			
10.	Saya berniat membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI karena merasa terjamin kehalalannya			
11.	Saya tidak berniat membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI			
12.	Saya akan berusaha selalu membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI			
13.	Saya ingin selalu membeli produk makanan ringan berlabel halal MUI			

~ Terima Kasih ~



## **LAMPIRAN 2**

### **UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN**

- a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Sebelum Item Digugurkan
- b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Setelah Item Digugurkan

## VARIABEL RELIGIUSITAS

No	No. Butir																									Total		
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12	b13	b14	b15	b16	b17	b18	b19	b20	b21	b22	b23	b24	b25	b26	b27	
1	4	4	4	4	3	4	2	2	3	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	2	2	3	4	3	3	3	88
2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	96
3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	98
4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	97
5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	100
6	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	94
7	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	90
8	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	92
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	87
10	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	91
11	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	98
12	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	94
13	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	98	
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	77
15	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	83
16	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	95
17	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	100
18	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	96
19	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	98
20	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	82
21	4	4	4	4	2	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	94
22	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	99
23	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	93

24	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	94	
25	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	76
26	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82	
27	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	97	
28	3	3	4	3	2	4	4	2	1	2	4	4	3	4	4	1	1	3	3	3	3	2	3	1	2	2	73	
29	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	94	
30	4	4	4	4	2	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	84	

## Hasil Uji Validitas Religiusitas Sebelum Item Digugurkan

		Correlations																												
		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12	b13	b14	b15	b16	b17	b18	b19	b20	b21	b22	b23	b24	b25	b26	b27	Total	
b1	Pearson Correlation	1	.894**	.784**	.894**	.344	.582**	-	.138	.319	.352	.311	.030	.442*	.310	.363*	.391*	.162	.512**	.375*	.447*	.060	.386*	.167	.234	.361*	.296	.358	.651**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.062	.001	.399	.466	.085	.056	.094	.876	.014	.095	.049	.033	.393	.004	.041	.013	.752	.035	.379	.213	.050	.112	.052	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
	b2	Pearson Correlation	.894**	1	.877**	1.00	.332	.488**	-	.217	.371*	.460	.402	.106	.548**	.388*	.225	.485	.241	.599	.447*	.520	.162	.271	.149	.349	.485	.397	.454	.743**
b2	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.073	.006	.451	.250	.043	.011	.028	.577	.002	.034	.233	.007	.199	.000	.013	.003	.394	.147	.432	.059	.007	.030	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
	b3	Pearson Correlation	.784**	.877**	1	.877**	.166	.599**	.063	.109	.063	.276	.515**	.198	.480	.487	.394	.248	.021	.479	.294	.351	.106	.141	.131	.031	.283	.174	.222	.572**
	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.380	.000	.742	.568	.742	.140	.004	.295	.007	.006	.031	.187	.912	.007	.115	.057	.576	.459	.491	.872	.129	.357	.238	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b4	Pearson	.894	1.00	.877	1	.332	.488	-	.217	.371	.460	.402	.106	.548	.388	.225	.485	.241	.599	.447	.520	.162	.271	.149	.349	.485	.397	.454	.743**
	n	**	0**	**				**	.143	*	*	*	*	**	*	**	*	**	*	**	*	**			**	*	*	*	
	Correlation																												
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.073	.006	.451	.250	.043	.011	.028	.577	.002	.034	.233	.007	.199	.000	.013	.003	.394	.147	.432	.059	.007	.030	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b5	Pearson	.344	.332	.166	.332	1	.046	.034	.433	.339	.218	.103	-	.238	.066	.106	.019	.234	.109	.079	.190	.077	.286	.035	.132	.172	.377	.234	.388*
	n							*					.																
	Correlation																												
	Sig. (2-tailed)	.062	.073	.380	.073		.808	.859	.017	.067	.247	.589	.529	.205	.730	.575	.920	.213	.568	.676	.316	.688	.125	.853	.485	.363	.040	.213	.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b6	Pearson	.582	.488	.599	.488	.046	1	.209	-	.070	.343	.408	.104	.356	.406	.353	.184	-	.327	.400	.293	-	.084	.218	-	.079	.065	.143	.431*
	n	**	**	**	**					.045		*			*			.024		*		.053			.034				
	Correlation																												
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000	.006	.808		.267	.812	.714	.064	.025	.586	.053	.026	.056	.331	.902	.078	.028	.116	.783	.658	.247	.858	.679	.734	.450	.017



b10	Pearson Correlation	.352 *	.460 *	.276 *	.460 *	.218 *	.343 *	.017 .	.199 **	.536 **	1 .	.311 .	.103 .	.575 **	.437 *	.154 .	.411 *	.181 .	.260 .	.352 .	.315 .	.372 .	.308 .	.307 .	.600 **	.567 **	.529 **	.643 **	.705**	
	Sig. (2-tailed)	.056 .	.011 .	.140 .	.011 .	.247 .	.064 .	.928 .	.293 .	.002 .		.094 .	.589 .	.001 .	.016 .	.416 .	.024 .	.338 .	.165 .	.056 .	.090 .	.043 .	.098 .	.099 .	.000 .	.001 .	.003 .	.000 .	.000 .	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b11	Pearson Correlation	.311 *	.402 **	.515 **	.402 *	.103 *	.408 *	.022 .	- .	.022 .	.311 .	1 .	.230 .	.508 **	.558 **	.012 .	- .	.234 .	.311 .	.217 .	.050 .	.187 .	.254 .	.032 .	.175 .	.307 .	.153 .	.407*		
	Sig. (2-tailed)	.094 .	.028 .	.004 .	.028 .	.589 .	.025 .	.908 .	.434 .	.908 .	.094 .		.222 .	.004 .	.001 .	.952 .	.793 .	.938 .	.212 .	.094 .	.250 .	.793 .	.323 .	.176 .	.865 .	.355 .	.099 .	.421 .	.026 .	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b12	Pearson Correlation	.030 .	.106 .	.198 .	.106 .	- .	.104 .	.190 .	- .	- .	.103 .	.230 .	1 .	.170 .	.037 .	.139 .	.257 .	.237 .	.243 .	.178 .	.265 .	.386 .	.249 .	.079 .	.111 .	.279 .	.211 .	.205 .	.341 .	
	Sig. (2-tailed)	.876 .	.577 .	.295 .	.577 .	.529 .	.586 .	.316 .	.931 .	.842 .	.589 .	.222 .		.370 .	.847 .	.463 .	.170 .	.208 .	.195 .	.347 .	.156 .	.035 .	.185 .	.678 .	.559 .	.136 .	.263 .	.276 .	.065 .	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

b13	Pearson Correlation	.442 *	.548 **	.480 **	.548 **	.238	.356	.261	.226	.391 *	.575 **	.508 **	.170	1	.760 **	.137	.393 *	.374 *	.354	.272	.365 *	.467 **	.405 *	.272	.276	.590 **	.605 **	.463 *	.770**
	Sig. (2-tailed)	.014	.002	.007	.002	.205	.053	.164	.230	.033	.001	.004	.370		.000	.471	.032	.042	.055	.146	.047	.009	.026	.146	.139	.001	.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b14	Pearson Correlation	.310 *	.388 **	.487 **	.388 *	.066	.406	.396 *	.172	.277	.437 *	.558 **	.037	.760 **	1	.312	.224	.134	.391 *	.155	.222	.112	.068	.207	.000	.336	.441	.296	.563**
	Sig. (2-tailed)	.095	.034	.006	.034	.730	.026	.030	.365	.138	.016	.001	.847	.000		.094	.234	.481	.033	.413	.239	.556	.720	.273	1.00	.069	.015	.112	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b15	Pearson Correlation	.363 *	.225	.394	.225	.106	.353	.267	.012	-	.154	.012	.139	.137	.312	1	.020	.036	.092	.084	.225	.081	.286	.130	-	.081	.050	.030	.308
	Sig. (2-tailed)	.049	.233	.031	.233	.575	.056	.153	.952	.779	.416	.952	.463	.471	.094		.916	.850	.627	.660	.233	.672	.125	.493	.680	.672	.795	.875	.097
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

b16	Pearson Correlation	.391*	.485**	.248	.485**	.019	.184	.115	.450*	.577**	.411*	.050	.257	.393*	.224	.020	1	.428*	.598**	.391*	.485**	.304	.259	.040	.432*	.522**	.428*	.517**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.033	.007	.187	.007	.920	.331	.544	.013	.001	.024	.793	.170	.032	.234	.916		.018	.000	.033	.007	.102	.167	.833	.017	.003	.018	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b17	Pearson Correlation	.162	.241	.021	.241	.234	-	-	.433	.379*	.181	.015	.237	.374*	.134	.036	.428*	1	.348	.297	.386*	.253	.315	-	.438*	.545**	.671	.476	.550**
	Sig. (2-tailed)	.393	.199	.912	.199	.213	.902	.857	.017	.039	.338	.938	.208	.042	.481	.850	.018		.059	.112	.035	.177	.090	.571	.016	.002	.000	.008	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b18	Pearson Correlation	.512**	.599**	.479**	.599**	.109	.327	.025	-	.234	.277	.260	.234	.243	.354	.391*	.092	.598**	.348	1	.709**	.811	-	-	.258	.256	.350	.418	.577**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.007	.000	.568	.078	.895	.212	.138	.165	.212	.195	.055	.033	.627	.000	.059		.000	.000	.881	.873	.065	.168	.172	.058	.021	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

b19	Pearson Correlation	.375*	.447*	.294	.447*	.079	.400*	-	-	.160	.352	.311	.178	.272	.155	.084	.391*	.297	.709**	1	.894**	.060	.248	-	.364	.211	.296	.358	.516**
	Sig. (2-tailed)	.041	.013	.115	.013	.676	.028	.399	.856	.399	.056	.094	.347	.146	.413	.660	.033	.112	.000		.000	.752	.186	.559	.048	.264	.112	.052	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
b20	Pearson Correlation	.447*	.520	.351	.520	.190	.293	-	.031	.200	.315	.217	.265	.365	.222	.225	.485	.386	.811	.894	1	.162	.271	-	.349	.323	.397	.454	.611**
	Sig. (2-tailed)	.013	.003	.057	.003	.316	.116	.451	.871	.289	.090	.250	.156	.047	.239	.233	.007	.035	.000	.000		.394	.147	.432	.059	.082	.030	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
b21	Pearson Correlation	.060	.162	.106	.162	.077	-	.346	.300	.115	.372	.050	.386	.467	.112	.081	.304	.253	-	.060	.162	1	.538	.361	.320	.565	.428	.452	.511**
	Sig. (2-tailed)	.752	.394	.576	.394	.688	.783	.061	.108	.544	.043	.793	.035	.009	.556	.672	.102	.177	.881	.752	.394		.002	.050	.085	.001	.018	.012	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

b22	Pearson Correlation	.386*	.271	.141	.271	.286	.084	-	.072	.299	.308	.187	.249	.405*	.068	.286	.259	.315	-	.248	.271	.538**	1	.570**	.370	.338	.343	.352	.545**
	Sig. (2-tailed)	.035	.147	.459	.147	.125	.658	.926	.704	.108	.098	.323	.185	.026	.720	.125	.167	.090	.873	.186	.147	.002	.001	.044	.067	.064	.057	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
b23	Pearson Correlation	.167	.149	.131	.149	.035	.218	.106	-	.319	.307	.254	.079	.272	.207	.130	.040	-	-	-	.361	.570	1	.191	.161	.099	.259	.284	
	Sig. (2-tailed)	.379	.432	.491	.432	.853	.247	.575	.271	.085	.099	.176	.678	.146	.273	.493	.833	.571	.065	.559	.432	.050	.001	.312	.397	.604	.168	.128	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
b24	Pearson Correlation	.234	.349	.031	.349	.132	-	-	.248	.549	.600	.032	.111	.276	.000	-	.432	.438	.258	.364	.349	.320	.370	.191	1	.602	.416	.550	.561**
	Sig. (2-tailed)	.213	.059	.872	.059	.485	.858	.430	.186	.002	.000	.865	.559	.139	1.00	.680	.017	.016	.168	.048	.059	.085	.044	.312	.000	.022	.002	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

b25	Pearson Correlation	.361 *	.485 **	.283	.485 **	.172	.079	.115	.425 *	.461 *	.567 **	.175	.279	.590 **	.336	.081	.522 **	.545 **	.256	.211	.323	.565 **	.338	.161	.602 **	1	.749 **	.668 **	.754**
	Sig. (2-tailed)	.050	.007	.129	.007	.363	.679	.544	.019	.010	.001	.355	.136	.001	.069	.672	.003	.002	.172	.264	.082	.001	.067	.397	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b26	Pearson Correlation	.296 *	.397	.174	.397	.377	.065	.057	.430	.397	.529 **	.307	.211	.605 **	.441	.050	.428 *	.671 **	.350	.296	.397	.428	.343	.099	.416 *	.749 **	1	.795 **	.750**
	Sig. (2-tailed)	.112	.030	.357	.030	.040	.734	.766	.018	.030	.003	.099	.263	.000	.015	.795	.018	.000	.058	.112	.030	.018	.064	.604	.022	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b27	Pearson Correlation	.358 *	.454	.222	.454	.234	.143	-	.276	.438	.643 **	.153	.205	.463 *	.296	.030	.517 **	.476 **	.418	.358	.454 *	.452 *	.352	.259	.550 **	.668 **	.795 **	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.052	.012	.238	.012	.213	.450	.920	.139	.015	.000	.421	.276	.010	.112	.875	.003	.008	.021	.052	.012	.012	.057	.168	.002	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Total	Pearson Correlation	.651 **	.743 **	.572 **	.743 **	.388 *	.431 *	.195	.426 *	.565 **	.705 **	.407 *	.341	.770 **	.563 **	.308	.649 **	.550 **	.577 **	.516 **	.611 **	.511 **	.545 **	.284	.561 **	.754 **	.750 **	.734 **	1
n																													
Correlation																													
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.034	.017	.302	.019	.001	.000	.026	.065	.000	.001	.097	.000	.002	.001	.003	.000	.004	.002	.128	.001	.000	.000	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

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

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

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas Sebelum Butir yang Tidak Valid Digugurkan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	27

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas Sebelum Butir yang Tidak Valid Digugurkan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	25

### VARIABEL NORMA SUBYEKTIF

No	No. Butir								Total
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	4	4	3	4	4	4	4	30
6	4	4	4	4	3	3	4	4	30
7	3	3	3	3	3	4	4	4	27
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	3	3	3	3	3	3	3	3	24
11	4	4	4	4	3	3	4	4	30
12	3	3	4	4	3	3	3	3	26
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	4	3	4	4	3	3	4	4	29
16	3	4	3	3	3	3	3	3	25
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	3	4	3	3	3	3	3	26
19	4	3	4	4	3	2	4	4	28
20	4	4	3	3	3	4	4	4	29
21	4	4	4	3	3	3	3	3	27
22	4	4	4	4	3	4	4	4	31
23	3	3	4	4	3	4	4	4	29
24	4	3	4	3	3	3	3	3	26
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	3	3	2	3	3	2	4	4	24
28	1	3	2	3	2	2	3	2	18
29	3	4	3	3	3	3	3	3	25
30	4	3	4	3	3	3	3	3	26

## Hasil Uji Validitas Norma Subyektif Sebelum Item Digugurkan

Correlations

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	Total
b1	Pearson Correlation	1	.445*	.767**	.495**	.512**	.383*	.398*	.573**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.014	.000	.005	.004	.037	.029	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b2	Pearson Correlation	.445*	1	.382*	.396*	.540**	.514**	.401*	.412*	.664**
	Sig. (2-tailed)	.014		.037	.031	.002	.004	.028	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b3	Pearson Correlation	.767**	.382*	1	.660**	.515**	.461*	.323	.435*	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.037		.000	.004	.010	.081	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b4	Pearson Correlation	.495**	.396*	.660**	1	.420*	.324	.605**	.591**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.005	.031	.000		.021	.080	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b5	Pearson Correlation	.512**	.540**	.515**	.420*	1	.697**	.515**	.611**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.004	.021		.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b6	Pearson Correlation		.383*	.514**	.461*	.324	.697**	1	.487**	.553**
										.730**

	Sig. (2-tailed)	.037	.004	.010	.080	.000		.006	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b7	Pearson Correlation	.398*	.401*	.323	.605**	.515**	.487**	1	.949**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.029	.028	.081	.000	.004	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b8	Pearson Correlation	.573**	.412*	.435*	.591**	.611**	.553**	.949**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.001	.024	.016	.001	.000	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.777**	.664**	.769**	.734**	.784**	.730**	.757**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Hasil Uji Reliabilitas Norma Subyektif Sebelum Item yang Tidak Valid Digugurkan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	8

**VARIABEL PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL**

No	No. Butir														Total
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12	b13	b14	
1	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	4	42
2	4	3	4	3	4	4	1	4	3	3	4	3	4	3	47
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	42
4	4	2	3	3	3	4	1	3	3	3	4	3	3	4	43
5	4	2	3	3	3	4	2	4	4	3	2	3	4	3	44
6	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	46
7	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	3	4	42
8	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	40
9	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	47
10	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	41
11	3	2	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	48
12	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	41
13	3	2	4	3	4	4	1	4	4	3	4	3	3	4	46
14	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	40
15	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	51
16	4	3	3	4	4	4	1	4	4	3	2	3	3	3	45
17	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	55
18	3	1	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	42
19	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3	45
20	4	2	4	3	4	4	1	4	4	3	4	3	4	3	47
21	3	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	47
22	4	3	4	3	3	4	1	4	3	3	4	4	3	4	47
23	3	2	4	4	3	4	1	4	4	3	4	3	2	2	43
24	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	2	45
25	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	39
26	4	4	4	4	4	4	1	4	3	2	4	3	2	1	44
27	3	3	3	3	3	4	1	4	3	4	4	4	3	4	46
28	2	2	3	3	1	3	2	4	3	2	3	2	1	2	33
29	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	43
30	3	2	4	3	3	4	2	4	4	3	3	2	3	3	43

## Hasil Uji Validitas Perceived Behavioral Control Sebelum Item Digugurkan

Correlations

	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12	b13	b14	Total	
b1	Pearson Correlation	1	.283	.333	.227	.562**	.461*	-.213	.173	.201	.206	.031	-.052	.412*	.105	.513**
	Sig. (2-tailed)		.130	.072	.227	.001	.010	.259	.360	.286	.274	.871	.784	.024	.582	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b2	Pearson Correlation	.283	1	-.073	.175	.282	-.114	-.374*	-.153	-.263	-.032	.292	.366*	.149	-.196	.235
	Sig. (2-tailed)	.130		.701	.355	.131	.549	.041	.421	.159	.868	.117	.047	.431	.299	.211
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b3	Pearson Correlation	.333	-.073	1	.308	.350	.527**	.035	.499**	.457*	.193	.449*	-.054	.000	-.027	.536**
	Sig. (2-tailed)	.072	.701		.097	.058	.003	.855	.005	.011	.307	.013	.777	1.000	.887	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b4	Pearson Correlation	.227	.175	.308	1	.599**	.395*	.287	.373*	.455*	.093	.104	.019	-.230	-.380*	.460*
	Sig. (2-tailed)	.227	.355	.097		.000	.031	.124	.042	.012	.624	.584	.919	.221	.038	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

b5	Pearson Correlation	.562**	.282	.350	.599**	1	.458*	.016	.224	.449*	.245	.234	.157	.388*	.013	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.131	.058	.000		.011	.935	.235	.013	.192	.214	.407	.034	.945	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b6	Pearson Correlation	.461*	-.114	.527**	.395*	.458*	1	-.024	.659**	.375*	.175	.287	-.040	.119	.182	.597**
	Sig. (2-tailed)	.010	.549	.003	.031	.011		.900	.000	.041	.356	.123	.833	.530	.336	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b7	Pearson Correlation	-.213	-.374*	.035	.287	.016	-.024	1	.053	.196	.367*	-.323	-.096	-.063	.005	.154
	Sig. (2-tailed)	.259	.041	.855	.124	.935	.900		.781	.300	.046	.082	.614	.741	.978	.417
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b8	Pearson Correlation	.173	-.153	.499**	.373*	.224	.659**	.053	1	.499**	.151	.272	-.186	.000	.076	.472**
	Sig. (2-tailed)	.360	.421	.005	.042	.235	.000	.781		.005	.427	.146	.324	1.000	.688	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b9	Pearson Correlation	.201	-.263	.457*	.455*	.449*	.375*	.196	.499**	1	.316	.064	.036	.213	.153	.571**
	Sig. (2-tailed)	.286	.159	.011	.012	.013	.041	.300	.005		.089	.736	.850	.259	.419	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

b10	Pearson Correlation	.206	-.032	.193	.093	.245	.175	.367*	.151	.316	1	.058	.065	.289	.400*	.542**
	Sig. (2-tailed)	.274	.868	.307	.624	.192	.356	.046	.427	.089		.760	.732	.121	.028	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b11	Pearson Correlation	.031	.292	.449*	.104	.234	.287	-.323	.272	.064	.058	1	.446*	.151	.128	.494**
	Sig. (2-tailed)	.871	.117	.013	.584	.214	.123	.082	.146	.736	.760		.014	.426	.501	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b12	Pearson Correlation	-.052	.366*	-.054	.019	.157	-.040	-.096	-.186	.036	.065	.446*	1	.423*	.263	.434*
	Sig. (2-tailed)	.784	.047	.777	.919	.407	.833	.614	.324	.850	.732	.014		.020	.161	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b13	Pearson Correlation	.412*	.149	.000	-.230	.388*	.119	-.063	.000	.213	.289	.151	.423*	1	.494**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.024	.431	1.000	.221	.034	.530	.741	1.000	.259	.121	.426	.020		.005	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b14	Pearson Correlation	.105	-.196	-.027	-.380*	.013	.182	.005	.076	.153	.400*	.128	.263	.494**	1	.383*
	Sig. (2-tailed)	.582	.299	.887	.038	.945	.336	.978	.688	.419	.028	.501	.161	.005		.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Total	Pearson Correlation	.513 **	.235	.536 **	.460 *	.724 **	.597 **	.154	.472 **	.571 **	.542 **	.494 **	.434 *	.551 **	.383 *	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.211	.002	.011	.000	.000	.417	.008	.001	.002	.005	.017	.002	.037	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Hasil Uji Reliabilitas Perceived Behavioral Control Sebelum Item yang Tidak Valid Digugurkan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	14

### Hasil Uji Reliabilitas Perceived Behavioral Control Setelah Item yang Tidak Valid Digugurkan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	12

### VARIABEL NIAT MEMBELI

No	No. Butir													Total
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12	b13	
1	3	3	4	3	2	3	4	2	4	3	4	3	3	41
2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	2	4	43
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	42
6	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	44
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
11	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	46
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
13	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	47
14	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	36
15	4	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	42
16	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	47
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
18	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3	37
19	2	2	3	3	4	3	2	4	2	2	3	4	2	36
20	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	44
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	42
22	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	44
23	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	45
24	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	38
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
26	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	45
27	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	46
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	41
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39

## Hail Uji Validitas Niat Membeli Sebelum Item yang Tidak Valid Digugurkan

Correlations

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12	b13	Total
b1	Pearson Correlation	1	.870 **	.489 **	.407 *	.103	.380 *	.000	.085	.399 *	.426 *	.120	.093	.426 *	.619 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.026	.587	.038	1.000	.656	.029	.019	.527	.624	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b2	Pearson Correlation	.870 **	1	.554 **	.490 **	.271	.443 *	.116	.144	.412 *	.391 *	.038	.134	.483 **	.692 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.006	.147	.014	.543	.448	.024	.033	.841	.481	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b3	Pearson Correlation	.489 **	.554 **	1	.558 **	.161	.428 *	.126	.132	.363 *	.143	.187	-.097	.318	.554 **
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.001	.395	.018	.507	.486	.049	.450	.321	.610	.087	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b4	Pearson Correlation	.407 *	.490 **	.558 **	1	.485 **	.636 **	.359	.479 **	.312	.276	.139	-.023	.487 **	.724 **
	Sig. (2-tailed)	.026	.006	.001		.007	.000	.051	.007	.093	.139	.465	.904	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b5	Pearson Correlation	.103	.271	.161	.485 **	1	.752 **	.107	.696 **	-.197	.044	-.211	.390 *	.374 *	.513 **
	Sig. (2-tailed)	.587	.147	.395	.007		.000	.575	.000	.296	.817	.262	.033	.041	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b6	Pearson Correlation	.380 *	.443 *	.428 *	.636 **	.752 **	1	.261	.629 **	.259	.342	.086	.302	.659 **	.805 **
	Sig. (2-tailed)	.038	.014	.018	.000	.000		.163	.000	.166	.065	.650	.105	.000	.000

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b7	Pearson Correlation	.000	.116	.126	.359	.107	.261	1	.117	.514 **	-.103	.496 **	.000	.220	.445 *
	Sig. (2-tailed)	1.000	.543	.507	.051	.575	.163		.540	.004	.587	.005	1.000	.244	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b8	Pearson Correlation	.085	.144	.132	.479 **	.696 **	.629 **	.117	1	.128	.116	.096	.179	.243	.527 **
	Sig. (2-tailed)	.656	.448	.486	.007	.000	.000	.540		.501	.540	.613	.343	.196	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b9	Pearson Correlation	.399 *	.412 *	.363 *	.312	-.197	.259	.514 **	.128	1	.241	.748 **	.119	.316	.630 **
	Sig. (2-tailed)	.029	.024	.049	.093	.296	.166	.004	.501		.200	.000	.532	.089	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b10	Pearson Correlation	.426 *	.391 *	.143	.276	.044	.342	-.103	.116	.241	1	.085	.139	.692 **	.504 **
	Sig. (2-tailed)	.019	.033	.450	.139	.817	.065	.587	.540	.200		.654	.463	.000	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b11	Pearson Correlation	.120	.038	.187	.139	-.211	.086	.496 **	.096	.748 **	.085	1	.095	.163	.432 *
	Sig. (2-tailed)	.527	.841	.321	.465	.262	.650	.005	.613	.000	.654		.616	.389	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b12	Pearson Correlation	.093	.134	-.097	-.023	.390 *	.302	.000	.179	.119	.139	.095	1	.232	.363 *
	Sig. (2-tailed)	.624	.481	.610	.904	.033	.105	1.000	.343	.532	.463	.616		.217	.049
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
b13	Pearson Correlation	.426 *	.483 **	.318	.487 **	.374 *	.659 **	.220	.243	.316	.692 **	.163	.232	1	.743 **

Sig. (2-tailed)	.019	.007	.087	.006	.041	.000	.244	.196	.089	.000	.389	.217		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	.619 **	.692 **	.554 **	.724 **	.513 **	.805 **	.445 *	.527 **	.630 **	.504 **	.432 *	.363 *	.743 **	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.004	.000	.014	.003	.000	.005	.017	.049	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## Hasil Uji Reliabilitas Sebelum Item yang Tidak Valid Digugurkan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	13

## LAMPIRAN 3

### TABULASI DATA

- a. Tabulasi Data Variabel Religiusitas
- b. Tabulasi Data Variabel Norma Subyektif
- c. Tabulasi Data Variabel *Perceived Behavioral Control*
- d. Tabulasi Data Variabel Niat Membeli

## DATA VARIABEL RELIGIUSITAS

No	No. Butir																									Total
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b8	b9	b10	b11	b12	b13	b14	b15	b16	b17	b18	b19	b20	b21	b22	b24	b25	b26	b27	
1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	88
2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	87
5	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
6	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	78
7	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	87
8	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	93
9	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
10	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	2	2	4	3	2	3	2	4	3	3	83
11	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	2	2	4	4	4	84
12	4	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	75
13	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
14	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	74
15	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
16	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	83
17	4	4	4	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	79
18	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	92
19	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	94
20	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	80
21	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	82
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	94
23	4	4	4	3	2	4	2	2	3	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	85

24	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	2	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	86
25	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	84
26	4	4	4	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	2	3	4	4	78
27	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	1	2	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	81
28	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	90
29	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	91
30	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	86
31	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	89
32	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	84
33	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	95
34	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	91
35	4	4	4	4	2	2	1	1	3	4	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
36	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	81
37	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	86
38	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	83
39	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	90
40	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	86
41	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	89
42	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	95
43	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
44	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	84
45	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	79
46	4	4	4	4	2	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	81
47	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	87
48	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	86
49	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	90
50	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	89

51	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	1	2	3	3	4	4	4	86
52	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	93
53	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	84
54	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	1	4	3	2	3	3	3	3	78
55	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	85
56	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	81
57	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	94
58	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	1	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	85
59	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	84
60	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	86
61	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	91
62	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	85
63	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	88
64	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	89
65	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	82
66	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	80
67	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	83
68	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	91
69	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	95
70	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	94
71	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	85
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	98
73	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	94
74	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
75	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	2	4	4	3	4	82
76	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	89
77	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	87

78	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	75
79	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	81
80	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
81	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	94
82	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	88
83	4	4	4	4	2	4	2	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	85
84	4	4	4	4	3	4	2	2	3	4	3	3	3	1	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	81	
85	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	77	
86	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	93
87	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	91
88	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	86	
89	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	89
90	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	86	
91	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	
92	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99
93	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	84	
94	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	81	
95	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	89	
96	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	96	
97	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	90	
98	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	90	
99	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	83	
100	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
101	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	86	
102	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	86	
103	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	91	
104	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	85	

105	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94
106	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	83
107	4	4	4	4	3	4	2	2	4	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	84
108	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	87
109	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	85
110	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	91
111	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	84
112	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	94
113	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	91
114	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
115	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	87
116	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	88
117	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	90
118	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
119	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
120	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	90
121	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	93
122	4	4	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	81
123	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
124	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	90
125	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	86
126	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	91
127	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3	84
128	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	85
129	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
130	4	4	3	3	2	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	83
131	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96

132	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
133	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	95
134	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	1	2	4	4	4	4	89
135	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	93
136	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	79
137	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	91
138	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	78
139	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	94
140	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	74
141	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	94
142	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	86
143	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	91
144	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	81
145	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
146	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	81
147	4	4	4	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	2	2	2	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	81
148	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	82
149	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
150	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	86
151	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	88
152	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	90
153	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	89
154	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
155	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	86
156	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	1	2	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	78
157	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94
158	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	88

159	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	85
160	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	86
161	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	90
162	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	86
163	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	87
164	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	76
165	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	93
166	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	83
167	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	90
168	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	73
169	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	83
170	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	94
171	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	91
172	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	1	1	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	75
173	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	78
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93

### DATA VARIABEL NORMA SUBYEKTIF

No	No. Butir								Total
	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	
1	3	4	3	3	3	3	3	4	26
2	4	3	4	4	3	3	3	3	27
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	3	4	4	4	4	28
5	3	4	3	3	3	3	3	3	25
6	3	3	3	2	3	3	3	3	23
7	4	4	3	3	3	4	3	4	28
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	3	3	2	3	4	27
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	3	4	4	4	4	31
12	3	3	3	4	3	3	3	3	25
13	4	4	4	4	3	4	4	4	31
14	3	3	4	3	3	3	4	3	26
15	4	3	3	3	3	3	3	3	25
16	4	3	3	4	3	2	4	4	27
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	4	4	4	4	3	4	4	4	31
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	3	3	2	2	3	3	3	3	22
21	3	3	2	3	3	3	3	3	23
22	3	3	3	3	3	4	4	4	27
23	3	3	3	3	4	4	3	3	26
24	4	4	4	4	3	3	3	3	28
25	4	3	3	3	4	3	4	4	28
26	4	3	4	3	3	4	3	3	27
27	3	3	4	4	4	4	4	4	30
28	4	4	3	4	4	3	4	4	30
29	4	4	4	3	3	2	3	3	26
30	4	3	3	3	3	3	3	3	25
31	4	3	4	3	4	4	4	4	30
32	3	3	3	3	3	3	3	3	24
33	4	3	4	4	3	3	4	4	29
34	3	4	3	3	3	4	4	4	28

35	3	4	3	4	4	3	4	4	29
36	4	3	4	3	4	4	3	4	29
37	4	3	3	3	3	4	3	3	26
38	4	4	4	3	3	3	3	3	27
39	4	3	3	4	3	3	4	4	28
40	4	4	4	3	3	3	3	3	27
41	3	4	4	3	3	4	4	4	29
42	3	3	4	4	4	3	3	4	28
43	4	4	4	4	4	3	4	4	31
44	4	3	4	3	3	3	4	3	27
45	3	3	4	3	3	4	3	3	26
46	4	4	3	3	3	4	4	4	29
47	3	3	3	4	3	3	3	3	25
48	3	4	4	4	4	4	3	3	29
49	4	4	4	4	4	3	4	4	31
50	3	4	3	4	3	3	4	4	28
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	4	3	3	3	3	4	4	28
53	4	3	3	4	4	3	4	4	29
54	4	3	4	3	3	3	4	3	27
55	4	3	4	4	3	4	4	4	30
56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	4	4	4	3	3	3	3	3	27
58	3	3	3	3	3	3	4	4	26
59	3	3	3	3	3	3	3	3	24
60	4	4	3	3	3	3	4	3	27
61	3	4	3	3	3	3	4	4	27
62	4	3	4	4	4	4	3	4	30
63	4	3	4	3	3	3	4	4	28
64	4	4	4	4	3	3	4	4	30
65	4	4	3	4	3	3	4	3	28
66	4	4	3	4	3	3	4	4	29
67	4	4	4	3	4	3	3	3	28
68	4	3	4	4	3	4	4	4	30
69	3	4	4	3	3	3	3	3	26
70	4	4	3	3	4	3	4	4	29
71	3	4	4	3	3	4	3	3	27
72	4	4	4	4	3	4	4	4	31

73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	3	4	3	4	3	4	4	4	29
75	3	3	3	4	3	4	4	4	28
76	3	3	4	3	4	3	3	4	27
77	4	3	3	3	3	3	3	3	25
78	4	3	3	3	3	2	3	3	24
79	3	3	3	4	3	4	4	4	28
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	3	3	30
82	4	4	4	3	3	4	4	4	30
83	3	3	3	3	3	3	3	3	24
84	3	3	4	4	4	3	3	3	27
85	4	4	4	4	3	4	4	4	31
86	4	4	3	4	4	3	3	3	28
87	3	4	3	4	4	4	3	3	28
88	3	3	3	3	3	3	4	3	25
89	4	3	3	4	4	4	3	4	29
90	3	3	3	3	3	3	4	3	25
91	4	4	4	4	3	3	3	3	28
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	3	3	3	3	4	3	3	3	25
94	3	3	4	3	3	4	4	4	28
95	4	4	3	3	4	3	4	4	29
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	4	3	3	3	3	3	3	3	25
98	4	4	4	4	3	3	4	3	29
99	3	3	3	3	3	2	3	3	23
100	4	4	3	3	3	4	4	4	29
101	3	3	4	3	3	3	3	3	25
102	4	4	4	3	3	3	3	3	27
103	4	4	4	3	3	3	3	3	27
104	3	3	3	3	4	3	3	4	26
105	4	4	3	4	3	4	4	4	30
106	4	3	4	4	3	4	4	4	30
107	4	3	4	3	3	3	4	4	28
108	4	4	3	4	4	3	4	3	29
109	3	3	3	3	3	2	3	3	23
110	4	4	3	4	3	3	4	4	29

111	4	4	3	4	4	4	3	3	29
112	4	4	3	3	3	4	4	4	29
113	4	4	4	4	3	3	3	3	28
114	3	3	3	3	3	3	3	3	24
115	3	4	3	4	3	3	3	3	26
116	4	3	4	4	3	4	4	4	30
117	4	4	4	4	4	4	4	4	32
118	4	4	3	4	4	4	4	4	31
119	4	4	4	4	3	4	4	4	31
120	3	3	3	4	4	4	4	4	29
121	3	4	4	3	3	4	4	3	28
122	2	3	3	3	3	3	3	3	23
123	4	4	3	4	3	4	4	4	30
124	4	4	4	4	3	3	4	4	30
125	4	3	4	4	4	3	4	4	30
126	3	4	4	4	4	4	4	4	31
127	4	3	4	3	3	3	4	3	27
128	4	4	4	3	3	3	3	3	27
129	4	4	4	3	3	4	4	4	30
130	4	4	4	4	3	4	4	4	31
131	4	4	4	3	3	4	4	4	30
132	3	4	3	4	3	4	4	4	29
133	4	4	4	4	3	3	3	3	28
134	3	4	3	4	3	3	3	3	26
135	3	3	3	3	4	4	4	4	28
136	4	3	3	4	3	4	3	3	27
137	4	3	4	4	3	3	3	3	27
138	3	3	3	3	3	3	3	3	24
139	3	4	4	3	3	4	4	4	29
140	3	3	3	3	3	3	3	3	24
141	4	4	3	3	3	3	3	3	26
142	3	3	4	4	4	4	3	3	28
143	4	4	4	4	3	4	4	4	31
144	4	3	3	3	4	4	3	3	27
145	3	4	4	4	3	3	3	3	27
146	4	3	4	3	3	3	4	4	28
147	3	4	4	4	3	4	4	3	29
148	3	3	3	3	3	3	4	4	26

149	4	4	3	3	3	3	3	3	26
150	3	3	3	3	3	3	3	3	24
151	3	3	4	2	3	3	4	3	25
152	3	4	3	3	3	3	3	3	25
153	3	3	4	3	3	3	4	3	26
154	3	4	4	4	3	3	3	3	27
155	4	4	4	4	4	3	3	3	29
156	3	3	3	3	3	3	3	3	24
157	4	4	3	3	3	3	4	4	28
158	4	4	4	4	4	4	4	4	32
159	4	4	4	4	3	3	4	3	29
160	4	4	3	3	3	4	3	3	27
161	4	3	3	4	3	4	3	3	27
162	3	3	3	3	4	4	3	4	27
163	3	3	3	3	3	3	3	3	24
164	3	4	3	3	3	3	3	3	25
165	4	4	3	2	3	4	4	4	28
166	4	3	4	3	3	3	3	4	27
167	3	4	4	3	3	3	3	3	26
168	3	3	3	3	3	3	3	3	24
169	3	4	3	3	3	3	3	3	25
170	4	3	3	3	3	4	4	4	28
171	4	4	4	3	4	3	4	4	30
172	3	3	3	2	3	3	3	3	23
173	3	3	3	2	3	3	3	3	23
174	4	4	3	3	3	4	4	4	29

### DATA VARIABEL PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL

No	No. Butir												Total
	b1	b3	b4	b5	b6	b8	b9	b10	b11	b12	b13	b14	
1	3	3	2	4	4	4	3	3	2	3	2	4	37
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	34
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	44
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	39
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
6	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	36
7	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	36
8	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	1	42
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	44
10	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	40
11	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	42
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
13	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	38
14	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	32
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	35
16	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	41
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
18	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	39
19	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
20	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	37
21	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	29
22	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	42
23	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	41
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
26	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	38
27	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	43
28	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
29	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	38
30	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	34
31	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	41
32	4	2	3	4	4	4	4	3	2	3	2	1	36
33	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
34	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	39

35	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42
36	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	34
37	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	36
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
39	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	3	4	41
40	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	41
41	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	40
42	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	45
43	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	42
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
45	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	33
46	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	35
47	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	38
48	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
49	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	44
50	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	44
51	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	41
52	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
55	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	41
56	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
57	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	42
58	3	2	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4	38
59	3	2	2	3	4	4	4	2	4	3	3	3	37
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	34
61	4	3	3	3	4	3	3	1	3	2	3	3	35
62	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	2	39
63	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	43
64	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	39
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	34
66	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	43
67	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	36
68	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	39
69	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	36
70	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	43
71	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47

73	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	44
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
75	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	33	
76	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	2	38	
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35	
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35	
79	3	3	2	3	4	2	4	3	4	3	3	3	37	
80	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47	
81	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	46	
82	3	4	4	4	4	4	3	1	4	4	2	4	41	
83	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	38	
84	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	32	
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	
86	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	43	
87	3	3	3	3	4	4	4	1	3	4	4	2	38	
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	
89	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	2	2	40	
90	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	38	
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	34	
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
93	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	39	
94	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	37	
95	4	2	3	3	4	3	3	2	4	2	3	2	35	
96	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	45	
97	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	36	
98	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40	
99	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	38	
100	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	44	
101	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	40	
102	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	39	
103	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	41	
104	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	28	
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	43	
106	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2	38	
107	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46	
108	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	3	1	34	
109	4	4	3	3	3	3	3	2	4	2	4	2	37	
110	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	45	

111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
112	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	39
113	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	39
114	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	34
115	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	36
116	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	41
117	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	41
118	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	42
119	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	46
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	46
121	4	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	38
122	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	30
123	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	34
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	46
125	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	39
126	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	2	36
127	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	38
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
130	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	39
131	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	46
132	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	42
133	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	45
134	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
135	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
136	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	36
137	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	41
138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
139	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	42
140	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	33
141	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	40
142	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
143	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	42
144	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	39
145	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	1	41
146	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	36
147	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	39
148	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	33

149	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	38
150	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	37
151	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
152	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	34
153	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	44
155	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	46
156	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	31
157	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	41
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
159	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	44
160	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	43
161	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	41
162	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	3	2	41
163	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	37
164	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	36
165	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	43
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
167	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	1	32
168	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	34
169	2	2	3	3	4	4	3	2	3	2	2	2	32
170	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	43
171	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	38
172	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	33
173	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	40
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	45

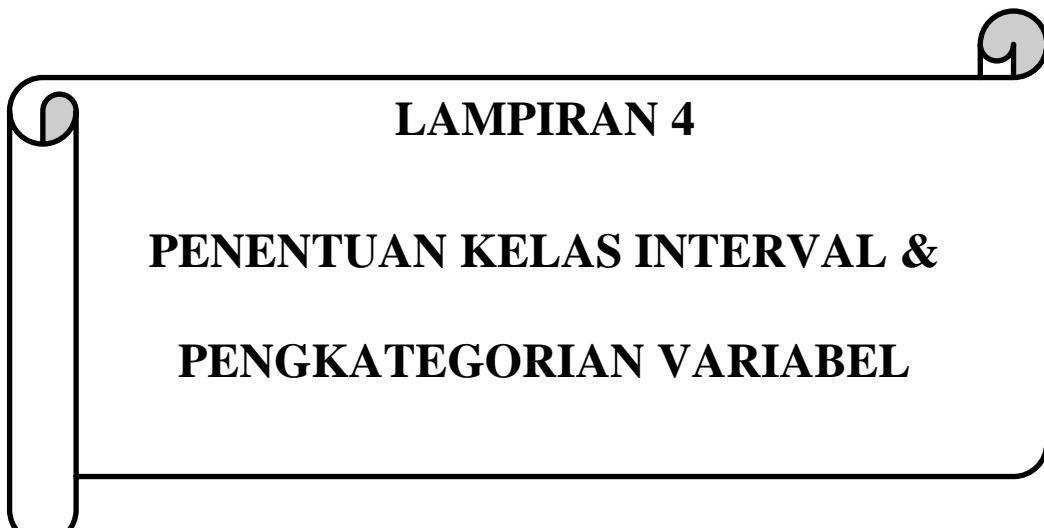
# **DATA VARIABEL NIAT MEMBELI**

32	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	34
33	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	47
34	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	36
35	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	43
36	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	40
37	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	48
38	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	41
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
40	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	40
41	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	41
42	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	36
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	51
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
45	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	35
46	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	43
47	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	39
48	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	42
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	50
50	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	37
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	38
52	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	45
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
54	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	37
55	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	42
56	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	37
57	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	42
58	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	49
59	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	36
60	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	36
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	39
62	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	41
63	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	41
64	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	42
65	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	37
66	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	45
67	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	42
68	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	44
69	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	44



108	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	50
109	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	48
110	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	46
111	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	36
112	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	42
113	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	43
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
115	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	45
116	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	47
117	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	43
118	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
119	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	38
120	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	38
121	3	2	3	4	3	3	2	4	3	4	2	2	2	37
122	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	33
123	4	4	4	2	1	4	3	3	3	4	3	4	4	43
124	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	48
125	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	43
126	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	36
127	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	37
128	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	38
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
130	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	38
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
132	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	45
133	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	45
134	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	38
135	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	48
136	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	40
137	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
138	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	38
139	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
140	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	32
141	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	41
142	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	40
143	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	41
144	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	40
145	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	48

146	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	40
147	4	4	4	4	4	3	1	3	4	4	1	4	4	44
148	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	40
149	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	41
150	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	39
151	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
152	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	37
153	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	40
154	4	3	4	4	3	4	2	4	1	3	3	4	3	42
155	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	38
156	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	4	3	2	33
157	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	48
158	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	42
159	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
160	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	40
161	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	43
162	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	2	3	3	40
163	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	39
164	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	36
165	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	39
167	3	3	3	2	2	3	2	4	2	3	2	3	3	35
168	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	37
169	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	35
170	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	47
171	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	42
172	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	35
173	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	40
174	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	46



## **LAMPIRAN 4**

**PENENTUAN KELAS INTERVAL &  
PENGKATEGORIAN VARIABEL**

## DESKRIPSI STATISTIK

**Statistics**

		Religiusitas	Norma Subyektif	Perceived Behavioral Control	Niat Membeli
N	Valid	174	174	174	174
	Missing	0	0	0	0
Mean		86.8276	27.6724	39.0172	41.4483
Median		87.0000	28.0000	39.0000	41.0000
Std. Deviation		5.73239	2.41423	4.28531	4.72298
Range		26.00	10.00	20.00	20.00
Minimum		73.00	22.00	28.00	32.00
Maximum		99.00	32.00	48.00	52.00

### Penghitungan Penentuan Jumlah Kelas Interval

#### 1. Religiusitas

$$\text{Maksimal} = 99$$

$$\text{Minimal} = 73$$

$$K = 1 + 3,3 \log 174$$

= 8,4 dibulatkan menjadi 8

$$\text{Range} = 99-73$$

$$= 26$$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Range}}{K} = \frac{26}{8} = 3,25 \text{ dibulatkan menjadi } 4$$

No.	Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Persentase kumulatif (%)
1	73-76	10	5,7	5,7
2	77-80	12	6,8	12,6
3	81-84	37	21,2	33,9
4	85-88	40	22,9	56,9
5	89-92	41	23,5	80,5
6	93-96	30	17,2	97,7

7	97-100	4	2,3	100
8	101-104	0	0	0
Jumlah		174	100	

## 2. Norma Subyektif

Maksimal = 32

Minimal = 22

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log (174) \\ &= 8,4 \text{ menjadi } 8 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Range} &= 32-22 \\ &= 10 \end{aligned}$$

$$\text{Interval Kelas} = 10/8=1,25 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

No.	Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Persentase kumulatif (%)
1	22-23	8	4,6	4,6
2	24-25	28	16,1	20,7
3	26-27	44	25,3	46
4	28-29	53	30,5	76,4
5	30-31	30	17,2	93,7
6	32-33	11	6,3	100
7	34-35	0	0	0
8	36-37	0	0	0
Jumlah		174	100	

## 3. Perceived Behavioral Control

Maksimal = 48

Minimal = 28

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log (174) \\ &= 8,4 \text{ menjadi } 8 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Range} &= 48-28 \\ &= 20 \end{aligned}$$

$$\text{Interval Kelas} = 20/8=2,5 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Persentase kumulatif (%)
1	28-30	3	1,7	1,7
2	31-33	10	5,7	7,5
3	34-36	45	25,9	33,3
4	37-39	42	24,1	57,5
5	40-42	35	20,1	77,6
6	43-45	23	13,2	90,8
7	46-48	16	9,2	100
8	49-51	0	0	0
Jumlah		174	100	

#### 4. Niat Membeli

$$\text{Maksimal} = 52$$

$$\text{Minimal} = 32$$

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log (174) \\ &= 8,4 \text{ menjadi } 8 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Range} &= 52-32 \\ &= 20 \end{aligned}$$

$$\text{Interval Kelas} = 20/8=2,5 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Persentase kumulatif (%)
1	32-34	9	5,2	5,2
2	35-37	29	16,7	21,8
3	38-40	43	24,7	46,6
4	41-43	43	24,7	71,3
5	44-46	19	10,9	82,2
6	47-49	18	10,3	92,5
7	50-52	13	7,5	100
8	53-55	0	0	0
Jumlah		174	100	

## Penghitungan Pengkategorian Kecenderungan Variabel

### 1. Religiusitas

Jumlah butir	: 25
Skor	: 1-4
Nilai Maskimal	: $25 \times 4 = 100$
Nilai Minimal	: $25 \times 1 = 25$
Mi	= $\frac{1}{2}$ (skor maks + skor min) = $\frac{1}{2} (100 + 25)$ = 62,5
SDi	= $1/6(\text{skor maks}-\text{skor min})$ = $1/6 (100 - 25)$ = 12,5
1,5 SDi	= $1,5 \times 12,5 = 18,75$
0,5 SDi	= $0,5 \times 12,5 = 6,25$

#### a. Kategori Sangat Rendah

$$X \leq Mi - 1,5SDi$$

$$X \leq 62,5 - 18,75$$

$$X \leq 43,75$$

#### b. Kategori Rendah

$$Mi - 1,5SDi < X \leq Mi - 0,5 SDi$$

$$62,5 - 18,75 < X \leq 62,5 - 6,25$$

$$43,75 < X \leq 56,25$$

#### c. Kategori Sedang

$$Mi - 0,5 SDi < X \leq Mi + 0,5 SDi$$

$$62,5 - 6,25 < X \leq 62,5 + 6,25$$

$$56,25 < X \leq 68,75$$

#### d. Kategori Tinggi

$$Mi + 0,5 SDi < X \leq Mi + 1,5SDi$$

$$62,5 + 6,25 < X \leq 62,5 + 18,75$$

$$68,75 < X \leq 81,25$$

e. Kategori Sangat Tinggi

$$X > (M_i + 1,5SD_i)$$

$$X > 62,5 + 18,75$$

$$X > 81,25$$

Tabel Kecenderungan Religiusitas

N o	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 81,25$	140	80,5	Sangat Tinggi
2	$68,75 < X \leq 81,25$	34	19,5	Tinggi
3	$56,25 < X \leq 68,75$	0	0	Sedang
4	$43,75 < X \leq 56,25$	0	0	Rendah
5	$X \leq 43,75$	0	0	Sangat Rendah
Jumlah		174	100	

2. Norma Subyektif

$$\text{Jumlah butir} : 8$$

$$\text{Skor} : 1-4$$

$$\text{Nilai Maskimal} : 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Nilai Minimal} : 8 \times 1 = 8$$

$$M_i = \frac{1}{2} (\text{skor maks} + \text{skor min})$$

$$= \frac{1}{2} (32 + 8)$$

$$= 20$$

$$SD_i = \frac{1}{6}(\text{skor maks}-\text{skor min})$$

$$= \frac{1}{6} (32 - 8)$$

$$= 4$$

$$1,5 SD_i = 1,5 \times 4 = 6$$

$$0,5 SD_i = 0,5 \times 4 = 2$$

a. Kategori Sangat Rendah

$$X \leq M_i - 1,5SD_i$$

$$X \leq 20 - 6$$

$$X \leq 14$$

b. Kategori Rendah

$$M_i - 1,5SD_i < X \leq M_i - 0,5 SD_i$$

$$20 - 6 < X \leq 20 - 2$$

$$14 < X \leq 18$$

c. Kategori Sedang

$$Mi - 0,5 SDi < X \leq Mi + 0,5 SDi$$

$$20 - 2 < X \leq 20 + 2$$

$$18 < X \leq 22$$

d. Kategori Tinggi

$$Mi + 0,5 SDi < X \leq Mi + 1,5 SDi$$

$$20 + 2 < X \leq 20 + 6$$

$$22 < X \leq 26$$

e. Kategori Sangat Tinggi

$$X > (Mi + 1,5 SDi)$$

$$X > 20 + 6$$

$$X > 26$$

Tabel Kecenderungan Norma Subyektif

N o	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 26$	122	70,1	Sangat Tinggi
2	$22 < X \leq 26$	51	29,9	Tinggi
3	$18 < X \leq 22$	1	0,6	Sedang
4	$14 < X \leq 18$	0	0	Rendah
5	$X \leq 14$	0	0	Sangat Rendah
Jumlah		174	100	

### 3. Perceived Behavioral Control

Jumlah butir : 12

Skor : 1-4

Nilai Maskimal :  $12 \times 4 = 48$

Nilai Minimal :  $12 \times 1 = 12$

$$\begin{aligned} Mi &= \frac{1}{2} (\text{skor maks} + \text{skor min}) \\ &= \frac{1}{2} (48 + 12) \\ &= 30 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SDi &= \frac{1}{6}(\text{skor maks} - \text{skor min}) \\ &= \frac{1}{6} (48 - 12) \end{aligned}$$

$$= 10$$

$$1,5 \text{ SDi} = 1,5 \times 10 = 15$$

$$0,5 \text{ SDi} = 0,5 \times 10 = 5$$

**a. Kategori Sangat Rendah**

$$X \leq Mi - 1,5SDi$$

$$X \leq 30 - 15$$

$$X \leq 15$$

**b. Kategori Rendah**

$$Mi - 1,5SDi < X \leq Mi - 0,5 SDi$$

$$30 - 15 < X \leq 30 - 5$$

$$15 < X \leq 25$$

**c. Kategori Sedang**

$$Mi - 0,5 SDi < X \leq Mi + 0,5 SDi$$

$$30 - 5 < X \leq 30 + 5$$

$$25 < X \leq 35$$

**d. Kategori Tinggi**

$$Mi + 0,5 SDi < X \leq Mi + 1,5SDi$$

$$30 + 5 < X \leq 30 + 15$$

$$35 < X \leq 45$$

**e. Kategori Sangat Tinggi**

$$X > (Mi+1,5SDi)$$

$$X > 30 + 15$$

$$X > 45$$

Tabel Kecenderungan Perceived Behavioral Control

No	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 45$	16	9,2	Sangat Tinggi
2	$35 < X \leq 45$	122	70,1	Tinggi
3	$25 < X \leq 35$	36	20,7	Sedang
4	$15 < X \leq 25$	0	0	Rendah
5	$X \leq 15$	0	0	Sangat Rendah
Jumlah		174	100	

#### 4. Niat Membeli

Jumlah butir	: 13
Skor	: 1-4
Nilai Maskimal	: $13 \times 4 = 52$
Nilai Minimal	: $13 \times 1 = 13$
Mi	= $\frac{1}{2}$ (skor maks + skor min)
	= $\frac{1}{2} (52 + 13)$
	= 32,5
SDi	= $1/6$ (skor maks-skor min)
	= $1/6 (52 - 13)$
	= 6,5
1,5 SDi	= $1,5 \times 6,5 = 9,75$
0,5 SDi	= $0,5 \times 6,5 = 3,25$

a. Kategori Sangat Rendah

$$X \leq Mi - 1,5SDi$$

$$X \leq 32,5 - 9,75$$

$$X \leq 22,75$$

b. Kategori Rendah

$$Mi - 1,5SDi < X \leq Mi - 0,5 SDi$$

$$32,5 - 9,75 < X \leq 32,5 - 3,25$$

$$22,75 < X \leq 29,25$$

c. Kategori Sedang

$$Mi - 0,5 SDi < X \leq Mi + 0,5 SDi$$

$$32,5 - 3,25 < X \leq 32,5 + 3,25$$

$$29,25 < X \leq 35,75$$

d. Kategori Tinggi

$$Mi + 0,5 SDi < X \leq Mi + 1,5SDi$$

$$32,5 + 3,25 < X \leq 32,5 + 9,75$$

$$35,75 < X \leq 42,25$$

e. Kategori Sangat Tinggi

$$X > (M_i + 1,5SD_i)$$

$$X > 32,5 + 9,75$$

$$X > 42,25$$

Tabel Kecenderungan Niat Membeli

N o	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 42,25$	63	36,2	Sangat Tinggi
2	$35,75 < X \leq 42,25$	97	55,8	Tinggi
3	$29,25 < X \leq 35,75$	14	8	Sedang
4	$22,75 < X \leq 29,25$	0	0	Rendah
5	$X \leq 22,75$	0	0	Sangat Rendah
Jumlah		174	100	

## LAMPIRAN 5

### UJI PRASYARAT ANALISIS

- a. Uji Normalitas
- b. Uji Linearitas
- c. Uji Multikolinearitas
- d. Uji Homosedastisitas

## 1. HASIL UJI NORMALITAS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Religiusitas	Norma Subyektif	Perceived Behavioral Control	Niat Membeli
N		174	174	174	174
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	86,8276	27,6724	39,0172	41,4483
	Std. Deviation	5,73239	2,41423	4,28531	4,72298
Most Differences	Absolute	,079	,094	,093	,091
	Extreme Positive	,052	,073	,093	,091
	Negative	-,079	-,094	-,058	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		1,038	1,243	1,222	1,206
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>,232</b>	<b>,091</b>	<b>,101</b>	<b>,109</b>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## 2. HASIL UJI LINEARITAS

**Niat Membeli \* Religiusitas**

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Niat Membeli * Religiusitas	(Combined Between Groups)	1402,683	26	53,949	3,229	,000
	Linearity	1046,805	1	1046,805	62,646	,000

	Deviation from Linearity	355,877	25	14,235	,852	,670
	Within Groups	2456,352	147	16,710		
	Total	3859,034	173			

### Niat Membeli \* Norma Subyektif

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Niat Membeli * Norma Subyektif	(Combined)	986,798	10	98,680	5,600	,000
	Between Groups	818,649	1	818,649	46,458	,000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	168,149	9	18,683	1,060	,395
	Within Groups	2872,237	163	17,621		
	Total	3859,034	173			

### Niat Membeli \* Perceived Behavioral Control

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	1452,547	20	72,627	4,618	,000
Niat Membeli *	Between Groups	Linearity Deviation from Linearity	1109,741 342,806	1 19	1109,741 18,042	70,555 1,147 ,311
Perceived Behaviora l						
Control	Within Groups		2406,488	153	15,729	
	Total	3859,034	173			

### 3. UJI MULTIKOLINEARITAS

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,678	4,652	,146	,884		
	Religiusitas	,227	,064	,276	3,532	,001	,609 ,1,643
	Norma Subyektif	,348	,149	,178	2,337	,021	,643 ,1,555
	Perceived Behavioral Control	,292	,093	,265	3,128	,002	,518 ,1,931

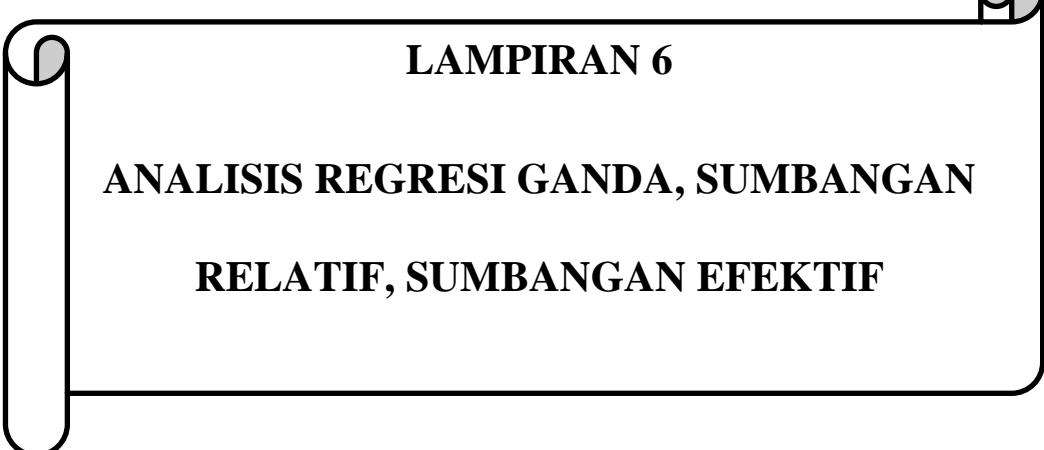
a. Dependent Variable: Niat Membeli

#### 4. UJI HOMOSEDASTISITAS

**Correlations**

		Religiusitas	Norma Subyektif	Perceived Behavioral Control	absres
	Correlation Coefficient	1,000	,430 **	,608 **	,081
Religiusitas	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	<b>,287</b>
	N	174	174	174	174
	Correlation Coefficient	,430 **	1,000	,578 **	,145
Norma Subyektif	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	<b>,055</b>
Spearman's rho	N	174	174	174	174
	Correlation Coefficient	,608 **	,578 **	1,000	,064
Perceived Behavioral Control	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	<b>,400</b>
	N	174	174	174	174
	Correlation Coefficient	,081	,145	,064	1,000
absres	Sig. (2-tailed)	,287	,055	,400	.
	N	174	174	174	174

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



## **LAMPIRAN 6**

### **ANALISIS REGRESI GANDA, SUMBANGAN RELATIF, SUMBANGAN EFEKTIF**

## ANALISIS REGRESI GANDA

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perceived Behavioral Control, Norma Subyektif, Religiusitas <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Niat Membeli

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,606 <sup>a</sup>	,368	,357	3,78831

a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Norma Subyektif, Religiusitas

b. Dependent Variable: Niat Membeli

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1419,317	473,106	32,966	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2439,718	14,351		
	Total	3859,034			

a. Dependent Variable: Niat Membeli

b. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Norma Subyektif, Religiusitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,678	4,652		,146 ,884
	Religiusitas	<b>,227</b>	,064	,276	<b>3,532</b> ,001
	Norma Subyektif	<b>,348</b>	,149	,178	<b>2,337</b> ,021
	Perceived Behavioral Control	<b>,292</b>	,093	,265	<b>3,128</b> ,002

a. Dependent Variable: Niat Membeli

$$SR\% = \frac{\alpha}{JK_{reg}} \times 100\%$$

$$SE\% X_1 = SR\% X_1 \times R^2$$

$$JK_{reg} = \alpha_1 \sum x_1 Y + \alpha_2 \sum x_2 Y$$

$$\begin{aligned} \sum x_1 Y &= \sum X_1 Y - \frac{\sum X_1 (\sum Y)}{N} = 628.640 - \frac{108.958.896}{174} \\ &= 628.640 - 626.200.55 = 2439,448276 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \sum x_2 Y &= \sum X_2 Y - \frac{\sum X_2 (\sum Y)}{N} = 200.482 - \frac{34.725.780}{174} \\ &= 200.482 - 199.573,4 = 908,55172 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \sum x_3 Y &= \sum X_3 Y - \frac{\sum X_3 (\sum Y)}{N} = 283.270 - \frac{48.962.268}{174} \\ &= 283.270 - 281.392,3 = 1877,655 \end{aligned}$$

### Sumbangan Relatif (%)

$$\begin{aligned} X1 &= \frac{\alpha_{x1y}}{\alpha_1 x1y + \alpha_2 x2y + \alpha_3 x3y} \times 100\% \\ &= \frac{0,227 \times 2439,448276}{0,227 \times 2439,448276 + 0,348 \times 908,5517 + (0,292 \times 1877,655)} \times 100\% \\ &= 0,39046142 \times 100\% \end{aligned}$$

**= 39,05%**

$$\begin{aligned} X2 &= \frac{\alpha_{x2y}}{\alpha_1 x1y + \alpha_2 x2y + \alpha_3 x3y} \times 100\% \\ &= \frac{0,348 \times 908,5517}{0,227 \times 2439,448276 + 0,348 \times 908,5517 + (0,292 \times 1877,655)} \times 100\% \\ &= 0,22294 \times 100\% \end{aligned}$$

**= 22,29%**

$$\begin{aligned} X3 &= \frac{\alpha_{x3y}}{\alpha_1 x1y + \alpha_2 x2y + \alpha_3 x3y} \times 100\% \\ &= \frac{0,292 \times 1877,655}{0,227 \times 2439,448276 + 0,348 \times 908,5517 + (0,292 \times 1877,655)} \times 100\% \\ &= 0,3866 \times 100\% \end{aligned}$$

**= 38,66**

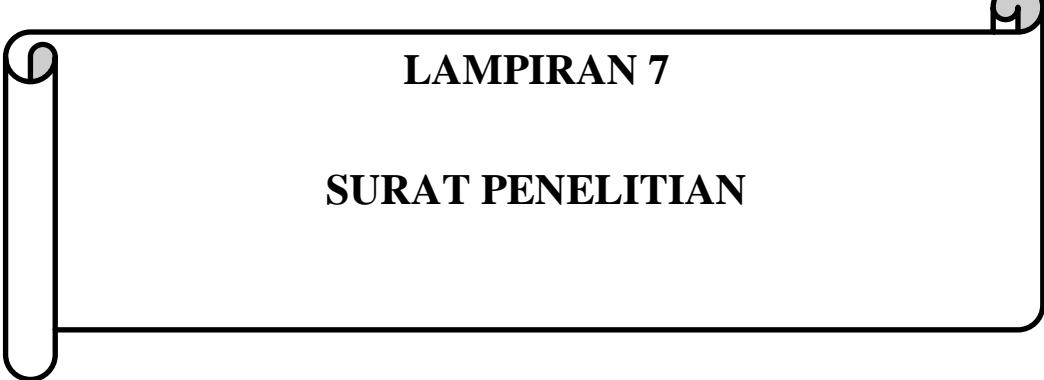
### Sumbangan Efektif (%)

$$\begin{aligned} SE\% X_1 &= SR\% X_1 \times R^2 \\ &= 39,05\% \times 0,368 \\ &= 14,36898034\% \\ &= \mathbf{14,37\%} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SE\% X_2 &= SR\% X_2 \times R^2 \\ &= 22,29\% \times 0,368 \\ &= 8,204222\% \\ &= \mathbf{8,20\%} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{SE\% } X_3 &= \text{SR\% } X_3 \times R^2 \\
 &= 38,66\% \times 0,368 \\
 &= 14,2268\% \\
 &= \mathbf{14,23\%}
 \end{aligned}$$

Variabel	Sumbangan Relatif (%)	Sumbangan Efektif (%)
Religiusitas	39,05%	14,37%
Norma Subyektif	22,29%	8,20%
PBC	38,66%	14,23%
Jumlah	100%	36,80%



## **LAMPIRAN 7**

### **SURAT PENELITIAN**



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

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

No. : 188/UN.34.18/LT/2015  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

30 September 2015

**Yth**  
**Kasubag Akademik dan Kemahasiswaan**  
**Fakultas Ekonomi UNY**  
**Yogyakarta**

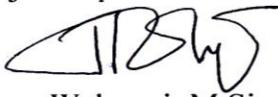
Kami sampaikan dengan hormat kepada Bpk/Ibu, bahwa mahasiswa dari Jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan tahun 2011 bermaksud mencari data untuk Tugas Akhir Skripsi. Adapun mahasiswa tersebut adalah:

Nama/NIM	:	Ekawati Labibah H.R/ 11404244037
Program Studi	:	Pendidikan Ekonomi
Fakultas	:	Ekonomi
Keperluan	:	Mencari data guna Penyusunan Tugas Akhir Skripsi
Judul	:	PENGARUH RELEGIUSITAS, NORMA SUBYEKTIF DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK MAKANAN RINGAN BERLABEL HALAL (STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA).

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

Atas ijin dan bantuannya diucapkan terima kasih

Kajur/Kaprodi Pendidikan Ekonomi,

  
 Daru Wahyuni, M.Si  
 NIP. 196811091994032001