

PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP NIAT BELI MAKANAN HALAL YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP KONSUMEN

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang Pernah Mengonsumsi Samyang Instan)



SKRIPSI

Diajukan untuk Penyusunan Tugas Skripsi Jenjang Strata 1 pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

TIA ALFIYAH

B 100 170 380

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi telah membaca skripsi dengan judul:

“Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Beli Makanan Halal yang Dimediasi oleh Sikap (Studi pada Mahasiswa FEB UMS yang Pernah Mengonsumsi Samyang Instan)”

Yang disusun oleh:

TIA ALFIYAH
B 100 170 380

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 20 Juni 2021

Pembimbing Utama



(Lukman Hakim, S.E, M.Si)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A.Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **TIA ALFIYAH**
NIRM/NIM : **B 100 170 380**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP NIAT BELI MAKANAN HALAL YANG
DIMEDIASI OLEH SIKAP KONSUMEN (Studi pada
Mahasiswa FEB UMS yang Pernah Mengonsumsi
Samyang Instan)**

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 5 Juni 2021

Tia Alfiyah

MOTTO

Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu
(Q.S Al-Hadid: 20)

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
(Q.S Al-Insyirah: 6)

Tidak masalah seberapa lambat kau berjalan asalkan kau tidak berhenti
(Confucius)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. *Alhamdulillahirabbil'alamin*, penulis ucapkan sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih. Dengan segala kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang sudah bekerja keras, memberikan motivasi, dan doanya untuk kelancaran penyelesaian pendidikan penulis.
2. Keluarga besar penulis yang telah memberikan semangat dan perhatiannya kepada penulis.
3. Teman-teman dan sahabat penulis yang selalu memberikan semangat dan doanya.
4. Dosen-dosen FEB UMS yang telah membimbing penulis.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufik, hidayah dan inayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Makanan Halal yang Dimediasi oleh Sikap (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UMS yang Pernah Mengonsumsi Samyang Instan)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini memperoleh banyak dukungan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia berupa kemudahan, nikmat, karunia, hidayah, dan inayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Muhammad SAW, sholawat san salam selalu tercurah kepada keluarga dan para sahabat.
3. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi kepada saya
4. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta

5. Bapak Dr Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
Imronudin, S.E, M.Si, Ph.D selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
6. Bapak Lukman Hakim, S.E, M.Si selaku pembimbing dalam penulisan skripsi ini
7. Bapak Ikhwan Susilo, S.E., M.Si, Ph.dan Bapak Sidiq Permono, S.E., M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan berbagai masukan mengenai penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik. Untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat beli makanan halal dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasinya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan dan religiusitas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat beli. Sedangkan, variabel mediasinya adalah sikap konsumen.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jumlah sampel sebanyak 125 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisioner berbentuk *google form*. Metode analisis yang digunakan yaitu *Partial Least Square*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen, religiusitas berpengaruh positif terhadap sikap konsumen, pengetahuan berpengaruh positif terhadap niat beli, religiusitas berpengaruh positif terhadap niat beli, sikap konsumen berpengaruh positif terhadap niat beli. Pengetahuan berpengaruh positif terhadap niat beli dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi, dan religiusitas berpengaruh positif terhadap niat beli dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: Pengetahuan, Religiusitas, Sikap Konsumen, Niat Beli

ABSTRACT

This study aims to know the effect of knowledge and religiosity on the intention to buy halal food with consumer attitudes as mediating variable. The independent variables in this study were knowledge and religiosity. The dependent variable in this study is purchase intention. While the mediating variable is consumer attitudes.

The population in this study were students of the Faculty of Business Economics, University of Muhammadiyah Surakarta. The number of samples are 125 respondents with a sampling technique using purposive sampling. This study uses primary data in the form of a google form questionnaire. The analytical method used is Partial Least Square.

The results of the analysis show that knowledge has a positive effect on consumer attitudes, religiosity has a positive effect on consumer attitudes, knowledge has a positive effect on purchase intentions, religiosity has a positive effect on purchase intentions, consumer attitudes have a positive effect on purchase intention, knowledge has a positive effect on purchase intention with consumer attitudes as a mediating variable, and religiosity has a positive effect on purchase intentions with consumer attitudes as a mediating variable.

Keyword: Knowledge, Religiosity, Consumer Attitudes, Intention to Buy

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Pengembangan Hipotesis.....	24
D. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
C. Data dan Sumber Data.....	32

D. Metode Pengumpulan Data	33
E. Desain Pengambilan Sampel	33
F. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
B. Karakteristik Responden	40
C. Hasil Analisis Data dan Pembahasan	42
D. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian	66
C. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	40
Tabel 4.2 Tabel pendapatan perbulan	41
Tabel 4.3 Tabel convergent validity.....	45
Tabel 4.4 Tabel fornell lacker criterion.....	46
Tabel 4.5 Tabel Cross Loading	47
Tabel 4.6 Tabel Cronbach's alpha dan composite reliability.....	48
Tabel 4.7 Tabel Multicollinearity	48
Tabel 4.8 Tabel R ²	50
Tabel 4.9 Tabel Path Coefficient Teknik Bootstrapping.....	51
Tabel 4.10 Tabel pengujian hipotesis langsung	52
Tabel 4.11 Tabel Indirects Effects	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar konseptual penelitian	29
Gambar 4.1 Model pengukuran sebelum uji indikator.....	42
Gambar 4.2 Model pengukuran sebelum uji indikator.....	43
Gambar 4.3 Model gambar setelah uji indikator.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian	73
Lampiran 2: Data Responden.....	78
Lampiran 3: Tabulasi Data.....	88
Lampiran 4: Karakteristik Responden	92
Lampiran 5: Uji Validitas.....	94
Lampiran 6: Uji Reliabilitas.....	97
Lampiran 7: Uji Multikolinieritas	97
Lampiran 8: Uji R2	97
Lampiran 9: Uji Hipotesis.....	98