

**PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, RELIGIUSITAS, PERCEIVED BEHAVIORAL
CONTROL PADA SIKAP TERHADAP PRODUK HALAL SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP NIAT BELI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Gabriela Tetranatali Anjani

16 03 22606

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

SKRIPSI
PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, RELIGIUSITAS, *PERCEIVED*
***BEHAVIORAL CONTROL* PADA SIKAP TERHADAP PRODUK**
HALAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI

Disusun oleh:

Gabriela Tetranatali Anjani

16 03 22606

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Dr. J. Ellyawati, MM.

15 Juni 2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, RELIGIUSITAS, *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* PADA SIKAP TERHADAP PRODUK HALAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gabriela Tetranatali Anjani

NPM : 16 03 22606

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 10 Juli 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

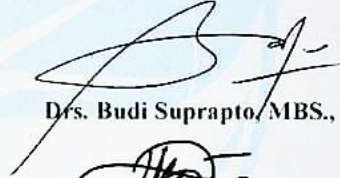
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Budi Suprpto, MBS., Ph.D.

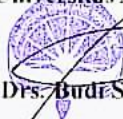


Th. Diah Widiastuti, SE., M. Si

Yogyakarta, 10 Juli 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBS., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sungguh menyatakan bahwa skripsi berjudul:

PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, RELIGIUSITAS, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL PADA SIKAP TERHADAP PRODUK HALAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Yang menyatakan,



Gabriela Tetranatali Anjani

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dan terima kasih ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang tidak pernah berhenti mencurahkan segala berkat dan rahmat dalam setiap langkah hidup penulis, sehingga penulis dapat melewati setiap tahapnya dengan baik.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah senantiasa membantu serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga penulis, alm. Rudolf Bujid, Yuliana Ernavita Jarwati, Angela Inez Christabel, Alexander Alva Delanova yang selalu memberikann doa, dukurang, semangat, motivasi hingga skripsi ini selesai.
4. Nyogja Palette, Christian Reza Wisesa Sudjarwo, Joshephine Lou, Forrys, Novera, dan Naghita yang senantiasa menemani dan membantu hingga skripsi ini selesai.
5. Teman-teman perantau Ko Ivan, Ka Tiara dan Monic yang membantu hingga skripsi ini selesai.
6. Seluruh keluarga besar Sujarwo dan Notoharso yang terus menyemangati dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Teman-teman Jogja, Angel, Bella, Kintan, Salsa, Tata yang membantu proses skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kesalahan. Untuk itu penulis memohon maaf apabila ada yang kurang sesuai di dalam penulisan awal hingga akhir. Semoga skripsi ini dapat dimanfaatkan oleh pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 13 Juni 2023



Gabriela Tetranatali Anjani



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	7
1.5 LINGKUP PENELITIAN	8
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 THEORY OF PLANNING BEHAVIORAL	10
2.1.1 Norma Subjektif	11
2.1.2 Perceived Behavioral Control (PBC)	11
2.1.3 Sikap terhadap Produk Halal (ATH)	12
2.2 RELIGIUSITAS	12
2.3 NIAT BELI	13
2.4 PENELITIAN TERDAHULU	14
2.5 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.5.1 Norma Subjektif Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Kosmetik Halal	17
2.5.2 Religiusitas Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Kosmetik Halal	17
2.5.3 Perceived Behavioral Control Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Kosmetik Halal	18
2.5.4 Sikap terhadap Kosmetik Halal Berpengaruh terhadap Niat Beli Kosmetik Halal	19
2.6 KERANGKA PENELITIAN	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 JENIS, LOKASI, DAN WAKTU PENELITIAN	23
3.1.1 Jenis Penelitian	23
3.1.2 Lokasi Penelitian	23
3.1.3 Waktu Penelitian	23

3.2	OBJEK PENELITIAN	23
3.3	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	24
3.4	METODE SAMPLING DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	24
3.5	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN	25
3.6	TEKNIK ANALISIS DATA	27
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1	DESKRIPSI RESPONDEN	32
4.1.1	<i>Profil Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian produk kosmetik dengan merek Wardah dalam Enam Bulan Terakhir</i>	32
4.1.2	<i>Profil Responden Berdasarkan Pendapatan</i>	33
4.1.3	<i>Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran produk kosmetik dengan merek Wardah</i>	34
4.1.4	<i>Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	34
4.1.5	<i>Profil Responden Berdasarkan Domisili</i>	35
	<i>Deskripsi profil responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini maka diperoleh hasil bahwa 168 (63,16%) responden berdomisili di Jabodetabek, dan sebesar 98 (36,84%) responden berdomisili di Yogyakarta. Jadi sebagian besar konsumen dalam penelitian ini berdomisili di Jabodetabek.</i>	35
4.2	MODEL PENGUKURAN ATAU OUTER MODEL	35
4.2.1	<i>Reliabilitas</i>	35
4.2.2	<i>Validitas</i>	36
4.3	MODEL STRUKTURAL ATAU INNER MODEL	38
4.4	PENGUJIAN HIPOTESIS	40
4.4.1	<i>Uji Hipotesis Norma Subjektif terhadap Sikap terhadap Produk Halal</i>	41
4.4.2	<i>Uji Hipotesis Religiusitas terhadap Sikap terhadap Produk Halal</i>	41
4.4.3	<i>Uji Hipotesis Perceived Behavioral Control terhadap Sikap terhadap Produk Halal</i>	41
4.4.4	<i>Uji Hipotesis Sikap terhadap Produk Halal terhadap Niat Beli</i>	42
4.5	PEMBAHASAN	42
4.5.1	<i>Pengaruh Norma Subjektif terhadap Sikap terhadap Produk Halal</i>	42
4.5.2	<i>Pengaruh Religiusitas terhadap Sikap terhadap Produk Halal</i>	43
4.5.3	<i>Pengaruh Perceived Behavioral Control terhadap Sikap terhadap Produk Halal</i>	43
4.5.4	<i>Pengaruh Sikap terhadap Produk Halal terhadap Niat Beli</i>	43
BAB 5	PENUTUP	45
5.1	KESIMPULAN	45
5.1.1	<i>Deskripsi Responden</i>	45
5.1.2	<i>Analisis PLS</i>	45
5.2	IMPLIKASI MANAJERIAL	46
5.3	KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN PENELITIAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	27
Tabel 3. 2 Konstruk dan Dimensi Konstruk	28
Tabel 3. 3 Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	29
Tabel 3. 4 Evaluasi Kriteria <i>Inner dan Outer Model</i>	30
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian	33
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	33
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran	34
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Domisili	35
Tabel 4. 6 Hasil Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan AVE	36
Tabel 4. 7 <i>Cross Loadings</i>	37
Tabel 4. 8 Tabel Fornell-Larcker	38
Tabel 4. 9 Hasil R-Square	39
Tabel 4. 10 <i>Path Coefficient</i>	40
Tabel 4. 11 Hasil Hipotesis	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama (Bayu, 2022)	2
Gambar 1. 2 TOP BRAND AWARD 2023 (frontier, 2023)	4
Gambar 2. 1 Model TPB (Ajzen, 1991)	10
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	20
Gambar 3. 1 Diagram Alur Model Penelitian	29
Gambar 4. 1 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	39



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	50
LAMPIRAN 2.....	53
LAMPIRAN 3.....	62
LAMPIRAN 4.....	64
LAMPIRAN 5.....	82
LAMPIRAN 6.....	88



PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, RELIGIUSITAS, *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* PADA SIKAP TERHADAP PRODUK HALAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI

Disusun oleh
Gabriela Tetranatali Anjani
NPM: 16 03 22606

Dosen Pembimbing:

Dr. J. Ellyawati, MM.

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh norma subjektif, religiusitas, *perceived behavioral control* pada sikap terhadap produk halal serta dampaknya terhadap niat beli. Peneliti menggunakan kosmetik bermerek Wardah sebagai obyek penelitian. Jumlah sampel yang dapat diolah dalam penelitian ini adalah sebanyak 266 responden yang memenuhi kriteria. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling (purpose sampling)*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala *Likert 5 point*. Kuesioner didistribusikan secara *online* menggunakan platform *Google Form* dengan cara menyebarkan link kuesioner kepada responden melalui *Instagram*, dan *WhatsApp*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SEM-PLS* dengan software digunakan adalah *smartPLS*.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa norma subjektif, religiusitas, dan *perceived behavioral control* secara signifikan memengaruhi sikap terhadap produk halal. Sikap terhadap produk halal secara signifikan memengaruhi niat beli.

Kata Kunci: norma subjektif, religiusitas, *perceived behavioral control*, sikap terhadap produk halal, niat beli, SEM-PLS, kosmetik halal, konsumen Muslim.