



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN NON-MUSLIM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA
RESTORAN CEPAT SAJI BERSERTIFIKAT
HALAL DI KOTA PEKANBARU**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Non Muslim di Kecamatan Pekanbaru Kota,
Sukajadi dan Senapelan)**

TESIS

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Magister Ekonomi Syariah pada
Program Studi Ekonomi Syariah



Oelh :

REGI JOSIANTA
NIM. 22190313354

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN SYARIF KASIM
1444 H / 2023 M**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA RI
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004

Phone & Facs, (0761) 858832, Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id> Email : pasca@uin-suska.ac.id

Lembaran Pengesahan

Nama : Regi Josianta
 Nomor Induk Mahasiswa : 22190313354
 Gelar Akademik : M.E.(Magister Ekonomi)
 Judul : Analisis Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran Cepat Saji Bersertifikat Halal di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Konsumen Non Muslim di Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan)

Tim Penguji

Dr. Trian Zulhadi, S.E.,M.Ec.
 Ketua / Penguji I

Dr. Herlinda, M.A.
 Sekretaris / Penguji II

Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh.Ec.
 Penguji III

Dr. Budi Azwar, S.E.,M.Ec.
 Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan : 10 Juli 2023



PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku tim pembimbing tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetujui bahwa tesis yang berjudul: **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran Cepat Saji Bersertifikat Halal di Kota Pekanbaru**, yang ditulis oleh:

Nama : Regi Josianta
 NIM : 22190313354
 Tempat/Tgl Lahir : Kampung Baru, 28 Mei 1998
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta siap untuk diujikan pada **Ujian Munaqasah Tesis**.

Pembimbing Utama,
Dr. Trian Zuhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 197602112007101002

.....
 Tgl: ... Juni 2023

Pembimbing Pendamping,
Dr. Mulia Sosiady, S.E., MM, Ak
 NIP. 19761217200901 1 014

.....
 Tgl: ... Juni 2023

Mengetahui,
 Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Trian Zuhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 197602112007101002

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Tim Penguji Tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul : **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran Cepat Saji Bersertifikat Halal di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Konsumen Non-Muslim di Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan)”**, yang ditulis oleh:

Nama : Regi Josianta
 NIM : 22190313354
 Program : S2 Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : -

Telah diuji dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah diujikan pada tanggal 27 Juli 2023.

Pekanbaru, Juli 2023

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Budi Azwar, S.E., M.Ec
NIP. 19760211 200710 1 002

Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh. Ec
NIP.19730307 200701 1 032

Mengetahui,
 Ketua Program Studi S2 Ekonomi Syariah

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
NIP. 19760211 200710 1 002

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Persetujuan Tesis Saudara
Regi Josianta

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Di -
Pekanbaru

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

Nama : Regi Josianta
NIM : 22190324834
Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
Judul Tesis : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran Cepat saji Bersertifikat Halal di Kota Pekanbaru**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, ... Juni 2023
Pembimbing I (Utama),

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
NIP. 19760211200710 1 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dr. Mulia Sosiady, S.E., MM, Ak
 DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Persetujuan Tesis Saudara
 Regi Josianta

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Di -
 Pekanbaru

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

- Nama : Regi Josianta
- NIM : 22190324834
- Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
- Judul Tesis : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran Cepat saji Bersertifikat Halal di Kota Pekanbaru**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, ... Juni 2023

Pembimbing II (Pendamping),


Dr. Mulia Sosiady, S.E., MM, Ak
NIP. 19761217200901 1 014

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

ipta Dirjen Tinggi Undang-Undang

Arang dan gugip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

ak pta milik UIN Suska Riau

Sat Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Regi Josianta
Tempat / Tgl Lahir : Kampung Baru, 28 Mei 1998
NIM : 22190313354
Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
Fakultas / Universitas : Pascasarjana/UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non Muslim Terhadap Keputusan pembelian Makanan Pada Restoran Cepat Saji Bersertifikat Halal di Kota pekanbaru (Studi Kasus Pada Konsumen Non Muslim di Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Penulisan Tesis sebagaimana judul diatas adalah hasil dari pemikiran dan karya saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya saya ini sudah disebutkan sumbernya sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari penulisan Tesis ini bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, ... Mei 2023

Saya yang menyatakan,



Regi Josianta
NIM. 22190313354

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. atas berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nya mulai dari nikmat Iman, Islam dan Ihsan yang selalu terlimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan salam tetap selalu tucurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. sebagai panutan kita menjalani kehidupan di dunia dalam menjalankan ibadah kepada Allah SWT.

Dalam kesempatan ini penulis telah menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Bersertifikat Halal di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Konsumen Non Muslim di Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan)”** dengan baik dan lancar. Penulisan tesis ini dilaksanakan untuk melengkapi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Magister dalam program studi S2 Ekonomi Syariah di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dengan selesainya penulisan tesis ini, sudah seharusnya penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang besar kepada semua pihak. Tesis ini dapat diselesaikan tentu saja berkat dukungan, bimbingan dan kontribusi dari berbagai pihak perseorangan maupun lembaga, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyelesaian tesis dan studi Magister penulis.

Oleh karena itu, penulis bermaksud mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini, di antaranya:

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang, Ayahanda Darlian (Alm) dan Ibunda Mariza Elita beserta seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan namanya



satu persatu yang telah memberikan do'a dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis, baik dukungan moril maupun materil sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Trian Zuhadi, SE, M.Ec. selaku Ketua Prodi S2 Ekonomi Syariah, Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tesis ini dan dengan sabar memberikan arahan, bimbingan serta nasihat yang berarti bagi penulis.
4. Bapak Dr. Mulia Sosiady, S.E., MM, Ak. selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan bimbingan, meluangkan waktunya dan membantu penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Program Studi S2 Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
6. Staf Tata Usaha Program Studi S2 Ekonomi Syariah dan seluruh pegawai Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Ibu Kepala Sekolah TK, SD, SMP, SMA, SMK di Kota Pekanbaru dan juga guru-guru sebagai responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis selama proses penelitian berlangsung.
8. Teman-teman Program Studi S2 Ekonomi Syariah yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan pada penulis dalam penyelesaian tesis ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penulis menyadari bahwa tesis ini masih kurang dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhirnya penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah khususnya tentang sertifikat halal restoran

Pekanbaru, 10 Juni 2023

Penulis,

Regi Josianta

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN

PENGESAHAN PENGUJI

PENGESAHAN PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING I

NOTA DINAS PEMBIMBING II

SURAT PERNYATAAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI 1v

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR..... ix

TRANSLITERASI..... x

ABSTRAK xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Defenisi Istilah 11

C. Permasalahan 12

1. Identifikasi Masalah..... 12

2. Pembatasan Masalah..... 13

3. Rumusan Masalah..... 13

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 14

1. Tujuan Penelitian 14

2. Manfaat Penelitian 15

E. Sistematika Penulisan 16

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Teori 18

1. Pengertian Perilaku Konsumen..... 18

2. Jenis-jenis Konsumen 21



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Faktor-Faktor Indikator Perilaku Konsumen	24
4. Keputusan Pembelian	30
5. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
6. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan keputusan ..	35
7. Teori-teori Perilaku Konsumen	36
8. Peran Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen	38
9. Jenis-Jenis Pembelian	39
10. Makanan Halal dan Makanan Haram	40
a. Makanan Halal.....	40
b. Makanan Haram	41
11. Sertifikat Halal	42
12. Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam	46
13. Restoran	47
B. Kerangka Berpikir.....	54
C. Konsep Operasional Variabel Penelitian	55
D. Hipotesis	58
E. Penelitian Yang Relevan.....	60

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64
B. Batasan Ruang Lingkup penelitian	69
C. Sumber Data.....	69
D. Populasi dan Sampel	71
1. Populasi	71
2. Sampel	71
E. Teknik Pengumpulan Data.....	73
F. Teknik Analisis Data.....	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden	80
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
2. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkatan Usia.....	81
3. Distribusi Responden Berdasarkan Agama (Non-Muslim)	82
4. Distribusi Responden Berdasarkan Asal Kecamatan	82
5. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	83



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Syarif Kasim Riau

6. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	84
7. Distribusi Responden Berdasarkan Seberapa Sering Berbelanja Makanan Cepat Saji Dalam Sebulan.....	84
B. Deskripsi Variabel	85
1. Variabel Faktor Budaya	87
2. Variabel Faktor Sosial.....	88
3. Variabel Faktor Pribadi	89
4. Variabel Faktor Psikologis.....	91
5. Variabel Keputusan Pembelian	92
C. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	93
1. Menilai <i>Outer Model</i>	94
a. <i>Convergent Validity</i>	95
b. <i>Discriminant Validity</i>	96
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	98
2. <i>R-Square</i>	99
3. Pengujian Signifikansi dan Hipotesis.....	99
4. <i>Effect Size (F-Square)</i>	103
5. <i>Predictive Relevance (Q-Square)</i>	103
D. Analisis dan Pembahasan.....	104
1. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian	105
2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	108
3. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian.....	111
4. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian	114

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE



DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Diundungi Undang-undang
1. Dilang sebagai at-selanjutnya ir-amp-meant-nk-an l-eny-putkan su-ber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1	Komposisi Etnis di Kota Pekanbaru	7
Tabel 1.2	Data Agama Penduduk Kota Pekanbaru.....	8
Tabel 1.3	Daftar Jumlah Penduduk Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan.....	8
Tabel 2.1	Defenisi Operasional Variabel	56
Tabel 3.1	Data Penduduk Kecamatan Yang Menjadi Objek Penelitian.....	67
Tabel 3.2	Kelompok Agama Yang ada di Kota Pekanbaru	68
Tabel 3.3	Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas	77
Tabel 3.4	Parameter Uji Validitas dan Realiabilitas	78
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Usia.....	81
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama (Non Muslim).....	82
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kecamatan	82
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	83
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	84
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Berbelanja <i>Fast Food</i> Dalam Sebulan.....	85
Tabel 4.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Faktor Budaya.....	87
Tabel 4.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Faktor Sosial	88
Tabel 4.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Faktor Pribadi	90
Tabel 4.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Faktor Psikologis	91
Tabel 4.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Faktor Keputusan Pembelian	92
Tabel 4.13	<i>Outer Loading</i> Variabel Penelitian	95
Tabel 4.14	Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> i.....	96



Tabel 4.15

Cronbach's Alpha, *Composite Reliability* dan *Average*

<i>Variance Extracted (AVE)</i>	98
Nilai <i>R-Square</i>	99
<i>Result for Inner Weight</i>	101
Nilai <i>F-Square (Effect Size)</i>	103
Nilai <i>Q-Square (Predictive Relevance)</i>	104

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diunduri Undang-Undang

1. Dilangsih sangsi sagagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Tabel 4.16

Nilai *R-Square*

Tabel 4.17

Result for Inner Weight

Tabel 4.18

Nilai *F-Square (Effect Size)*

Tabel 4.19

Nilai *Q-Square (Predictive Relevance)*

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Tempat Makan Restoran Pilihan Masyarakat Indonesia 3

Gambar 2.1 Logo dan Sertifikat Halal MUI 46

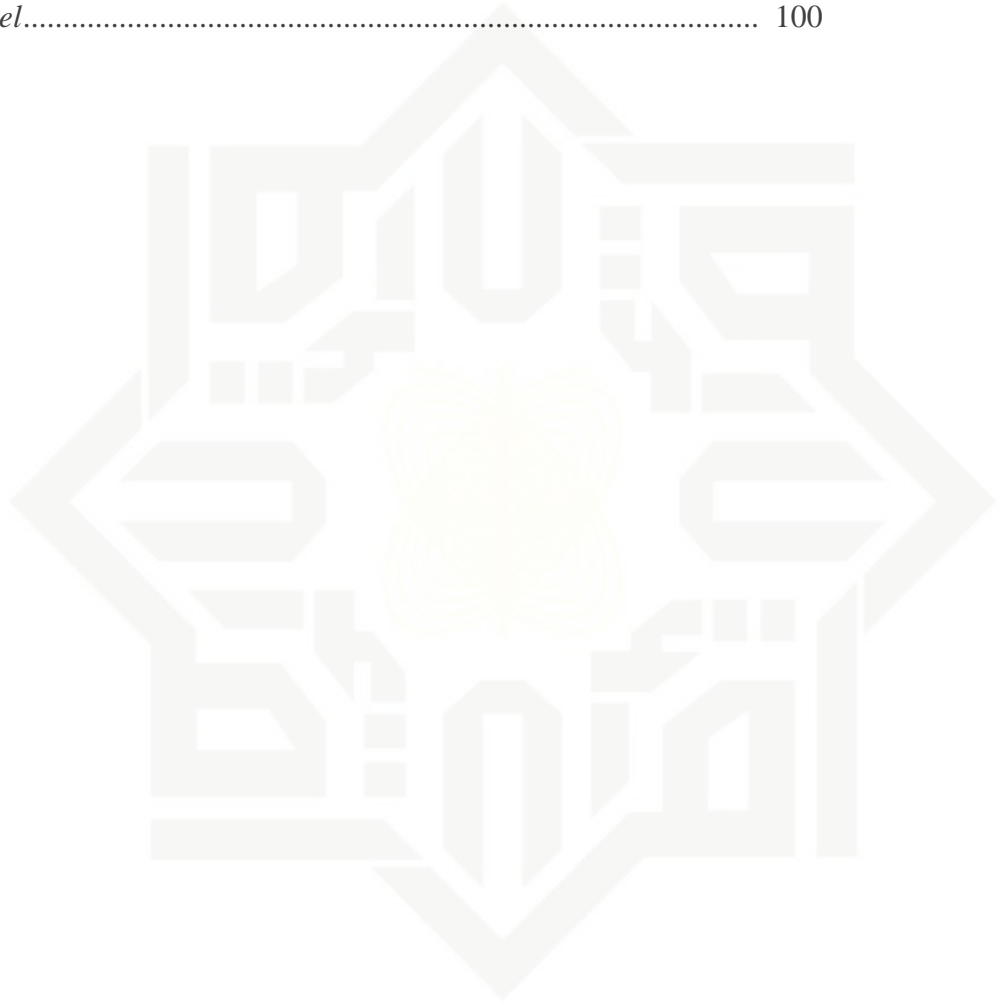
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir..... 55

Gambar 4.1 *Outer Model* 94

Gambar 4.2 *Inner Model*..... 100

Hak Cipta Diurus oleh UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fenom konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, kemudian sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Adapun daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	s\ʾa	ʿ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	-	te (dengan titik di bawah)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ظ	za	ṣ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka>
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	waw	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	’	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya di bawah ini.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	a	a
◌ِ	Kasrah	i	i
◌ُ	Dammah	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya di bawah ini.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
اِي	Fathah dan ya	ai	a dan i
اُو	Fathah dan waw	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ = kataba
- ذَكَرَ = z\ukira
- يَذْهَبُ = yaz\habu
- كَيْفًا = kaifa
- هَوْلًا = haula

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruh di bawah ini.

Harkat dan Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اِي	Fathah dan alif atau ya	±	a dan garis di atas
اِي	Kasrah dan ya	'	i dan garis di atas
اُو	Dammah dan waw	-	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالًا = q±la
- قِيلًا = q'la
- يَقُولًا = yaq-lu

d. *Ta Marbutah*

a) *Ta marbu'ah* hidup atau mendapat tanda *fathah*, *kasrah* dan *dammah* transliterasinya adalah /t/.

b) *Ta marbu'ah* mati atau mendapat tanda sukun transliterasinya adalah /h/.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Kalau pada kata terakhir dengan *ta marbu'ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu'ah* itu ditransliterasikan dengan h (h).

Contoh:

- rau«ah al-a'f±l – rau«atul a'f±l = روضة الاطفال
- al-Mad'nah al-Munawwarah = المدينة المنورة
- `al¥ ah = طلحة

- e. *Syaddah* (Tasydid)

Syaddah atau tasydid dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* itu dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbana± = رَبَّنَا
- al-birr = الْبِرِّ
- al-¥ajj = الْحَجِّ

- f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ا ل , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

b) Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu = الرجل
- asy-syamsu = الشمس
- al-qalamu = القلم
- al-jal±lu = الجلال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah berada di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan bahasa Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzuna = تأخذون
- an-nau' = النوء
- umirtu = امرت

h. Penulisan Kata



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *harf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- Wa-innall±ha lahua khair ar-r±ziq'n = وان الله لهو خير الرازقين
- Wa innall±ha lahua khairurr±ziq'n = وان الله لهو خير الرازقين
- Fa auf- al-kaila wa al-m'z±na = فاوفوا الكيل والميزان
- Fa auf- al-kaila wal-m'z±na = فاوفوا الكيل والميزان
- Ibrah'm al-Khal'l = ابراهيم الخليل
- Ibr±h'mul-Khal'l = ابراهيم الخليل

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut juga digunakan. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa m± Muhammadun ill± ras-l
- Wa laqad ra'±hu bil ufuq al-mub'n
- Alhamdu lill±hi rabbil-' ±lam'n
- Inna awwala baitin wudi'a lin±si lallaz' bi Bakkata mub±rakan



Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrun minall±hi wa fathun qar’b
- Lill±hi al-amru jam’’an
- Lill±hil-amru jam’’an
- Wall±hu bikulli syai’in ’al ’m

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Nama : Regi Josianta

NIM : 22190313354

Judul : Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran Cepat Saji Bersertifikat Halal di Kota Pekanbaru

Restoran sebagai salah satu penyedia kebutuhan makanan dan minuman menjadi salah satu sarana bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dimana salah satunya adalah konsumen non muslim. Bagi konsumen non muslim, mengkonsumsi makanan yang halal merupakan kewajiban dan perintah agama yang terdapat di dalam Al-Qur'an, sedangkan bagi konsumen non muslim tidak memiliki kewajiban yang serupa. penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru. Faktor-faktor tersebut adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan deksriptif kuantitatif. Sumber data berasal dari data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan data menggunakan teknik angket dan dokumentasi. Populasi penelitian ini adalah sebanyak 100.813 orang yang dengan sampel penelitian diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling dan accidental sampling dengan kriteria konsumen non muslim dan bisa 1 kali bahkan lebih dalam sebulan bisa berbelanja makanan pada restoran cepat saji. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS dengan menggunakan SmartPLS 3.0 M3. Meliputi model pengukuran (*outer model*), *R-square*, pengujian hipotesis, dan signifikansi (*inner model*), *F-square* dan *Q-square*. Hasil analisis statistik pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel faktor budaya dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota pekanbaru. Sedangkan variabel faktor sosial dan faktor pribadi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan pada restoran cepat bersertifikat halal di Kota Pekanbaru. Variabel faktor psikologis menjadi faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai *effect size* paling tinggi sebesar 0.301.

Kata Kunci: Restoran Cepat Saji, Konsumen Non-Muslim, dan Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Nama : Regi Josianta

NIM : 22190313354

Judul : Analysis of Factors Influencing Non-Muslim Consumer Behavior on Food Purchasing Decisions at Halal Certified Fast Food Restaurants in Pekanbaru City

Restaurants as a provider of food and beverage needs are a means for consumers to meet their needs, where one of them is a non-Muslim consumer. For non-Muslim consumers, consuming halal food is an obligation and religious order contained in the Qur'an, while non-Muslim consumers do not have the same obligation. This study aims to examine and analyze the factors that can drive non-Muslim consumers' purchasing decisions for food at halal-certified fast food restaurants in Pekanbaru City. These factors are cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors. This type of research used is quantitative research with a quantitative descriptive approach method. Sources of data come from primary data and secondary data with data collection methods using questionnaires and documentation techniques. The population of this study was 100,813 people. The research sample was taken as many as 100 people using purposive sampling and accidental sampling techniques with the criteria of non-Muslim consumers and being able to shop for food once or even more a month at fast food restaurants. The data analysis technique used is SEM-PLS using SmartPLS 3.0 M3. Includes measurement model (outer model), R-square, hypothesis testing, and significance (inner model), F-square and Q-square. The results of the statistical analysis of hypothesis testing show that the variables of cultural factors and psychological factors have a significant influence on the purchasing decisions of non-Muslim consumers for food at fast food restaurants with halal certificates in Pekanbaru City. Meanwhile, the variables of social factors and personal factors do not have a significant influence on non-Muslim consumers' purchasing decisions for food at halal-certified fast restaurants in Pekanbaru City. The psychological factor variable is the most dominant factor influencing purchasing decisions with the highest effect size value of 0.301.

Keywords: Fast Food Restaurants, Non-Muslim Consumers, and Purchasing Decisions

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ملخص البحث

الاسم: ريجي جوزيانتا

رقم تعريف الطالب: 22190313354

العنوان: تحليل العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك غير المسلم على قرارات شراء الغذاء في مطاعم الوجبات السريعة الحلال المعتمدة في مدينة بيكانبارو

المطاعم كمزود لاحتياجات الطعام والشراب هي وسيلة للمستهلكين لتلبية احتياجاتهم ، حيث يكون أحدهم مستهلكاً غير مسلم. بالنسبة للمستهلكين غير المسلمين ، يعتبر تناول الطعام الحلال واجباً وأمرًا دينياً واردةً في القرآن ، في حين أن المستهلكين غير المسلمين ليس لديهم نفس الالتزام. تهدف هذه الدراسة إلى فحص وتحليل العوامل التي يمكن أن تدفع المستهلكين غير المسلمين لقرارات شراء الطعام في مطاعم الوجبات السريعة الحلال في مدينة بيكانبارو. هذه العوامل هي العوامل الثقافية والعوامل الاجتماعية والعوامل الشخصية والعوامل النفسية. هذا النوع من البحث المستخدم هو بحث كمي مع منهج وصفي كمي. تأتي مصادر البيانات من البيانات الأولية والبيانات الثانوية مع طرق جمع البيانات باستخدام الاستبيانات وتقنيات التوثيق. بلغ عدد سكان هذه الدراسة 100813 شخصًا ، وقد تم أخذ عينة البحث لما يصل إلى 100 شخص باستخدام أساليب أخذ العينات المقصودة وأخذ العينات العرضية وفقًا لمعايير المستهلكين غير المسلمين والقدرة على التسوق لشراء الطعام مرة واحدة أو أكثر في الشهر في الوجبات السريعة مطاعم. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي SEM-PLS باستخدام SmartPLS 3.0 M3. يتضمن نموذج القياس (النموذج الخارجي) ، R-square ، اختبار الفرضية ، والأهمية (النموذج الداخلي) ، F-square و Q-square. تظهر نتائج التحليل الإحصائي لاختبار الفرضيات أن متغيرات العوامل الثقافية والعوامل النفسية لها تأثير كبير على قرارات شراء المستهلكين غير المسلمين للأغذية في مطاعم الوجبات السريعة الحاصلة على شهادات الحلال في مدينة بيكانبارو. وفي الوقت نفسه ، فإن متغيرات العوامل الاجتماعية والعوامل الشخصية ليس لها تأثير كبير على قرارات شراء المستهلكين غير المسلمين للطعام في المطاعم السريعة المعتمدة الحلال في مدينة بيكانبارو. يعتبر متغير العامل النفسي هو العامل الأكثر انتشارًا الذي يؤثر على قرارات الشراء بأعلى قيمة حجم تأثير تبلغ 0.301.

لكلمات المفتاحية: مطاعم الوجبات السريعة ، المستهلكون غير المسلمين ، قرارات الشراء

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap manusia. Setiap orang selalu berusaha untuk mencari tempat yang dapat memberikan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan kebutuhan hidupnya dan ini tidak terkecuali untuk urusan selera, kecenderungan masyarakat atau konsumen akan mendatangi rumah makan atau restoran yang dapat dengan segera memberikan makanan yang dapat dengan cepat untuk di makan atau di minum, apalagi konsumennya tersebut sibuk dengan pekerjaannya. Akan tetapi ada juga sebagian konsumen ingin mendapatkan selera atau suasana baru dalam memenuhi kebutuhan pokok tersebut.

Keadaan ini menyebabkan munculnya suatu fenomena di tengah-tengah masyarakat, yaitu kecenderungan untuk lebih memilih mengkonsumsi makanan cepat saji atau yang lebih dikenal dengan *fast food*. Fast food adalah dimana sebelumnya sudah dilakukan proses pengolahan tahap awal sehingga pada saat ada pesanan hanya dibutuhkan proses pengolahan lanjutan yang waktunya relatif cepat. Istilah *fast food* berbeda dengan *junkfood*. *Junkfood* adalah makanan “sampah” yaitu makanan yang tidak dibutuhkan oleh tubuh karena mengandung kalori berlebih atau sangat rendah kalori serta mempunyai gizi yang tidak seimbang, mengandung lemak jenuh yang cukup tinggi, kandungan

natriumnya yang tinggi, serta adanya pengawet tertentu yang apabila sering dikonsumsi akan berdampak negatif bagi kesehatan.¹

Para ahli gizi sering kali tidak sepakat mengenai definisi *junk food*. Sebagian dari mereka bahkan tidak menggunakan istilah ini. Namun sebagian besar ahli gizi menggambarkan *junk food* sebagai makanan yang didapat dari restoran cepat saji seperti burger, kentang goreng, pastry, pai, pizza dan donat serta makanan ringan seperti keripik, permen, cokelat dan beberapa jenis biskuit, serta minuman bersoda.²

Sasaran utama dari penjualan produk tersebut adalah masyarakat yang belum berkeluarga, seperti pelajar dan mahasiswa serta pekerja-pekerja kantor yang hampir tidak punya waktu untuk memasak. Kelompok-kelompok masyarakat tersebut selalu menghendaki hal-hal yang praktis dan nyaman.

Pertumbuhan industri cepat saji di Indonesia menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, hal ini bisa terlihat dari data yang penulis ambil, salah satunya yang ditulis oleh Sri Niken Handayani pada tahun 2022. Mayoritas masyarakat Indonesia ternyata lebih menyukai berkunjung ke outlet – outlet cepat saji daripada restoran jenis lainnya. Menurut survey yang dilakukan oleh MasterCard pada tahun 2015, yang bertajuk *consumer purchasing priorities* sebanyak 80% orang Indonesia lebih memilih untuk bersantap di outlet cepat saji diikuti oleh pusat jajanan/food court yang menempati urutan kedua dengan 61%, dan

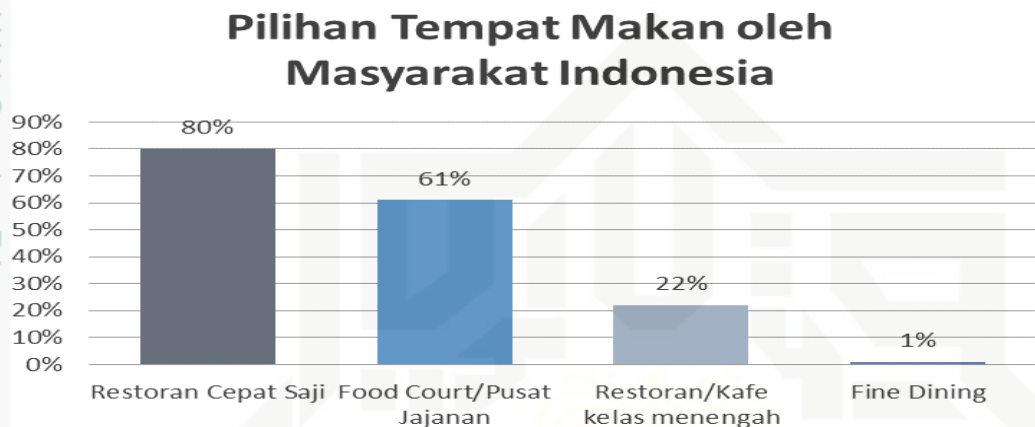
¹ Arya Ulil Albab, “Fast Food dan Junk Food! Makana Apa Itu?.” Artikel yang diakses pada tanggal 14 maret 2023 dari <http://www.aryauli81albab.wordpress.com/2013/11/13/fast-food-dan-junk-food!-makanan-apa-itu??/>

² Kate, Knighton, “*Cerdas Mengenal Junk Food*”, terj. Oleh Novi Vidya Sartika, (Jakarta:Penerit Erlangga, 2009), hlm. 4



restoran/kafe kelas menengah sebanyak 22%. Sementara itu, hanya sekitar 1 % konsumen di Indonesia yang memilih mengunjungi restoran untuk jamuan makanan resmi (*find dinning*). beriku tabel grafiknya:

Gambar 1.1
Grafik Tempat Makan Restoran Pilihan Masyarakat Indonesia



Sumber: Berita online SWA, January 28 2022 oleh Sri Niken Handayani

Melihat indikasi ini, menunjukkan adanya peluang besar bagi pertumbuhan bisnis restoran cepat saji. Iklim kompetisi dalam industri restoran cepat saji pun semakin terasa dengan bermunculannya berbagai restoran cepat saji. Meningkatnya persaingan telah mengarahkan bisnis restoran cepat saji mendiferensiasikan diri merka terhadap pesaing.³

Dalam Islam sangat dianjurkan bagi setiap manusia untuk makan dan minum dari yang halal lagi baik (*halalan thaiyyiban*) sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 168⁴:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ ۚ

³ Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, terj. oleh Zoelkifli Kasip, (Indonesia PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008), hlm. 112

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandug: Diponegoro, 2004) hlm. 17

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu (SQ. Al-Baqarah:168)

Ayat di atas, merupakan anjuran Allah SWT kepada manusia agar senantiasa memilih makanan dan baik di dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan tidak mengikuti jejak syaitan yang hanya mengikuti hawa nafsu belaka.

Pada dasarnya semua apa yang terdapat di muka bumi diciptakan Allah SWT bagi manusia dan makhluk lainnya. Oleh sebab itu apa yang dihasilkan di bumi, baik berupa tanaman dan tumbuh-tumbuhan, hewan ternak dan berbagai macam makanan dan minuman boleh diambil faedah dan manfaatnya. Memang sengaja Allah ciptakan itu semua apakah untuk dimakan atau diminum dan dipakai.

Penelitian belakangan ini menemukan bahwa para konsumen mungkin sekali membeli secara *impulsif* dan dipengaruhi tidak hanya oleh keluarga dan teman-teman, oleh lingkungan sosial, dan model peran, tetapi juga oleh suasana hati, keadaan dan emosi. Semua faktor ini bergabung sehingga membentuk model perilaku konsumen yang menyeluruh dan mencerminkan aspek pengertian dan pengetahuan maupun emosional dalam pengambilan keputusan.⁵

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan

⁵ *Ibid.*

perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.⁶ Defenisi perilaku konsumen juga menyatakan bahwa proses pertukaran melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dengan tahap perolehan dan akuisisi, lalu ke tahap konsumsi dan berakhir dengan tahap disposisi atau jasa.

Pada saat menginvestigasi tahap perolehan, para peneliti menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan produk dan jasa. Seringkali kebanyakan penelitian perilaku konsumen berfokus pada tahap perolehan. Salah satu faktor yang berkaitan dengan pencarian dan penyelesaian barang serta jasa adalah simbolisme produk, yaitu orang biasanya ingin mencari sebuah produk untuk mengekspresikan diri mereka kepada orang lain tentang ide-ide tertentu dan arti diri mereka.

Tahap konsumsi dan disposisi dari proses pertukaran hanya sedikit sekali memperoleh perhatian dari para peneliti konsumen. Dalam menginvestigasi tahap konsumsi para peneliti menganalisis bagaimana para konsumen sebenarnya menggunakan produk atau jasa dari pengalaman yang dilalui mereka saat menggunakannya. Pengalaman konsumsi merupakan bagian yang penting pada industri jasa. Pada beberapa industri seperti restoran, taman hiburan dan promosi konser musik, pengalaman konsumsi merupakan alasan untuk melakukan pembelian.⁷

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli suatu produk menurut Kotler adalah faktor budaya, sosial,

⁶ Jhon C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, terj. Oleh Lina Salim, (Jakarta: Erlangga, 2022), hlm. 6

⁷ *Ibid.*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karakteristik pribadi dan psikologis. Faktor budaya terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial. Faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga serta peran dan status. Faktor karakteristik pribadi terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap. Biasanya pemasar tidak dapat mengendalikan faktor budaya, sosial, karakteristik pribadi dan psikologis karena faktor-faktor tersebut bersifat intrinsik (pribadi) konsumen.⁸

Dalam ekonomi syariah, perilaku konsumen ada sebagian besar konsumen yang disebut konsumen muslim, dalam mengambil keputusan pembelian bahwa mereka dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekedar memenuhi kebutuhan individual (*materi*), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (*spiritual*). Konsumen muslim ketika mendapatkan penghasilan rutinnya, baik mingguan, bulanan atau tahunan, ia tidak berpikir pendapatan yang sudah diraihinya itu harus dihabiskan untuk dirinya sendiri, tetapi karena kesadarannya bahwa ia hidup untuk mencari ridha Allah SWT, sebagian pendapatannya dibelanjakan di jalan Allah (*fi sabilillah*). dalam Islam perilaku seorang konsumen muslim harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah (*hablu minan Allah*) dan manusia (*hablu mina an-nas*).⁹ Namun yang berbeda dalam penelitian kali ini adalah bahwa penulis akan membahas fenomena yang terjadi pada para konsumen non muslim yang sering berbelanja pada restoran cepat saji

⁸ Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, *Marketing Management*, Edisi ke-12, 2006

⁹ *Ibid.*, hlm 32



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang sudah bersertifikat halal. Seperti apa pandangan serta alasan mereka memutuskan pembelian pada makanan di restoran cepat saji yang bersertifikat halal. Padahal kita tahu bahwa konsumen non muslim tidak diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan halal layaknya konsumen muslim.

Pada tahun 2014, kota Pekanbaru telah menjadi kota keempat berpenduduk terbanyak di Pulau Sumatra, setelah Medan, Palembang dan Bandar Lampung, sekaligus kota terbesar ke sepuluh di Indonesia. Laju pertumbuhan ekonomi Pekanbaru yang cukup pesat, menjadi pendorong laju pertumbuhan penduduknya. Adapun etnis minang merupakan etnis mayoritas/terbesar pertama dengan presentase 37,96%.¹⁰ Selain itu etnis yang memiliki proporsi yang cukup besar adalah Jawa, Batak dan Tionghoa. Hal ini bisa dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Komposisi Etnis di Kota Pekanbaru Tahun 2010

Etnis	Jumlah (%)
Minangkabau	37,96
Melayu	26,1
Jawa	15,7
Batak	11,04
Tionghoa	2,5
Lain-lain	6,7

S
Sumber: Sensus 2010

Selain itu, masyarakat Kota Pekanbaru mayoritas beragama Islam dan sebagian lagi memeluk agama Kristen (Protestan dan Katolik), Budha,

¹⁰ Leo Suryandinata, Evi Nurvidya Arifin, Aris Ananta, *Indonesia's Population: Ethnicity and Religion in a Changing Political Landscape*, Institute, of Southeast Asian Studies, Tahun 2023

Hindu dan Konghucu. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2
Data Agama Kota Pekanbaru Tahun 2020

Agama	Jumlah (%)
Islam	84,53
Protestan	10,24
Buddha	3,7
Katolik	1,5
Hindu	0,02
Konghucu	0,01

Sumber: Dukcapil Pekanbaru Tahun 2022

Pekanbaru merupakan salah satu kota yang sangat pesat perkembangan dibidang industri makanan, khususnya yang bergerak pada restoran makanan cepat saji. Berdasarkan observasi sepanjang tahun 2022, penulis melihat banyak sekali masyarakat atau konsumen yang meminati makanan yang ada restoran cepat saji. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian ini pada tiga kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru, yaitu Kecamatan Pekanbaru Kota, Kecamatan Sukajadi dan Kecamatan Senapelan.

Tabel 1.3

Daftar Jumlah Penduduk Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan

No.	Nama Kecamatan	Jumlah Penduduk	Jumlah Restoran Cepat saji
1.	Pekanbaru Kota	22.604 Jiwa	21
2.	Senapelan	35.357 Jiwa	22
3.	Sukajadi	42.852 Jiwa	12

Sumber:: www.pekanbaru.go.id

Berdasarkan hasil peninjauan langsung ke lapangan oleh peneliti, masih banyak rumah makan atau restoran cepat saji yang belum memiliki sertifikat halal restoran, namun demikian pengunjung yang sebagian besar konsumen muslim dan juga konsumen non muslim tidak terlalu memperdulikan masalah ada atau tidak nya sertifikat halal yang dimiliki oleh restoran tersebut. Melalui observasi yang pernah dilakukan dilapangan pada *fast food restaurant McDonald's* Jalan Jendral Sudirman Pekanbaru, peneliti menjumpai salah satu pengunjung atau konsumen non muslim yang bernama Stephanie Simargolang¹¹ yang mengaku paling sedikit dua kali dalam seminggu mengunjungi *fast food restaurant* Mcdonald's tersebut dengan alasan rasanya yang enak, tempatnya yang nyaman dan pelayanan yang cepat. Kemudian peneliti menanyakan kepada konsumen tersebut apakah menurut dia berbelanja *fastfood* di *McDonald's* tersebut dikarenakan sudah memiliki sertifikat halal restoran?. Ternyata jawaban dari konsumen ini mengatakan ia tidak terlalu mengetahui status kehalalan restoran tersebut. Padahal kita tahu bahwa *McDonald's* yang berada di jalan Jendral Sudirman Ujung Pekanbaru sudah mengantongi sertifikat halal dari MUI pada tahun 2016.¹²

Melalui fenomena di atas, tentu saja bisa disimpulkan bahwa masih banyak konsumen yang tidak memperdulikan kepemilikan sertifikat halal pada sebuah restoran khususnya restoran cepat saji yang menjadi tempat langganan dan favorit mereka. Walaupun rata-rata konsumen non muslim

¹¹ Stepahnne Simargolang, Wawancara pada 26 Februari 2023

¹² LPPOM MUI Nasional (2016-2018)

tidak terlalu peduli dengan adanya sertifikat halal pada sebuah restoran, tetapi juga tidak sedikit diantara mereka yang masih banyak berlangganan di restoran yang sudah memiliki sertifikat halal. Hal ini bisa saja disebabkan oleh banyak faktor yang menjadi keputusan pembelian para konsumen non muslim tersebut salah satunya adalah gaya hidup sehat yang mereka yakini bisa di dapatkan pada produk makanan di sebuah restoran yang memiliki sertifikat halal.

Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu produk atau objek yang sama, perusahaan/restoran berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Namun di dalam peneliti ini peneliti akan mengambil teori perilaku konsumen oleh Kotler¹³ yang mengatakan bahwa keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian diantaranya, budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan di restoran cepat saji yang bersertifikat halal khususnya pada konsumen non muslim di Kota Pekanbaru, yang berada di wilayah Kecamatan Pekanbaru Kota, Kecamatan Sukajadi dan Kecamatan Senapelan, dengan judul penelitian

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN NON MUSLIM TERHADAP

¹³ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2005), hlm. 183



KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI BERSERTIFIKAT HALAL DI KOTA PEKANBARU” (Studi Kasus Pada Konsumen Non Muslim di Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan)

B. Defenisi Istilah

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kata kunci sebagai bentuk rumusan judul dalam tesis ini. Agar tidak terjadi kerancuan dalam memaknainya, maka penulis mencoba memberikan penegasan istilah atau defenisi istilah yang digunakan dalam kajian ini sebagai berikut

1. Analisis

Adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).¹⁴

2. Perilaku Konsumen

Adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.¹⁵

3. Keputusan pembelian

Adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam

¹⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)

¹⁵ Atina Maskurotin, “ Analisis Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Kabupaten pemekasan, *Jurnal Invetasi*, Vol. 4 No. 1, 01 Juni 2008, hlm. 20

memenuhi keinginan dan kebutuhan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.¹⁶

4. Makanan Cepat Saji (*fast food*)

Adalah istilah untuk makanan yang dapat disiapkan dan dilayankan dengan cepat.¹⁷

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan di atas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang ingin di perdalam pada penelitian ini yaitu:

- a. Tempat makanan cepat saji di Pekanbaru sudah banyak dengan berbagai pilihan menu makanan yang di sukai oleh para konsumen muslim maupun non muslim
- b. *Fast Food* sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat kota Pekanbaru khususnya para pelanggan yang mayoritas konsumennya adalah orang-orang yang bekerja di kantor, yang mereka tidak memiliki waktu untuk memasak, sehingga makanan *fast food* menjadi pilihan favorit dan ini bisa menyebabkan pembelian makanan yang terus menerus sehingga menyebabkan pemborosan.

¹⁶ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, (Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2013), hlm. 342

¹⁷ Merriam, webster, *Kamus Besar bahasa Inggris*, tahun 1991

- c. Selain itu faktor *trend* juga mempengaruhi pembelian terhadap sebagian kalangan konsumen khususnya konsumen muslim
- d. Kebanyakan dari konsumen tidak mengetahui atau bahkan mengabaikan resiko kesehatan dalam mengkonsumsi makanan cepat saji
- e. Layanan yang baik dan penyajian makanan yang cepat serta cita rasa yang enak menjadi salah satu faktor makanan cepat saji diminati di Pekanbaru
- f. Faktanya masih banyak restoran cepat saji di Kota pekanbaru yang belum memiliki sertifikat halal restoran

2. Pembatasan masalah

Untuk memudahkan penulis dalam pelaksanaan penelitian ini maka perlu adanya pembatasan masalah. Karena keterbatasan kemampuan, waktu, fasilitas dan dana oleh penulis, maka permasalahan yang akan diteliti hanya menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim terhadap keputusan pembelian makanan restoran cepat saji di kota pekanbaru, khususnya untuk wilayah kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi, dan Senapelan

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru?





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apakah faktor Sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru?
5. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui apakah faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru
- c. Untuk mengetahui apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru

- d. Untuk mengetahui apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru
- e. Untuk mengetahui apakah faktor budaya, faktor social, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis, yaitu sebagai sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, terutama dalam Ekonomi Islam dan diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau dasar acuan bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1). Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang keputusan konsumen dalam pembelian makanan melalui penelitian lapangan.

2). Bagi Konsumen

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pentingnya sertifikasi halal pada makanan.

3). Bagi Restoran/Pelaku Bisnis

Melalui penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman serta masukan bagi pelaku bisnis khususnya bisnis makanan untuk dapat memproses sertifikasi halal pada produknya karena sertifikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

halal sangat penting dalam menjaga keamanan dan kenyamanan konsumen yang membeli produknya.

4). Bagi akademisi, penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah informasi, juga sebagai bahan bacaan serta untuk menambah pengetahuan bagi civitas akademika.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari sampul, lembar berlogo, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan orisinalitas, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman transliterasi dan halaman daftar isi.

Bagian isi penelitian ini adalah penulis menyusun kedalam lima bab, sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, yaitu gambaran umum yang memuat pola dasar dari kerangka pembahasan proposal yang terdiri dari latar belakang masalah, Definisi Istilah, permasalahan yang terbagi atas: identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II membahas tentang kerangka teoritis yaitu landasan teoritis, kerangka berpikir, konsep operasional variabel, pengembangan hipotesis, tinjauan penelitian yang relevan

Bab III membahas tentang tentang metodologi penelitian yang berisikan, ruang lingkup penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber



data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

Bab IV membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan, membahas tentang paparan data dan temuan penelitian

Bab V penutup, bab ini berisi simpulan dan saran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa asing (Belanda dan Inggris), *consumenten* dan *consumer* yang berarti pembeli. Pengertian lain dari konsumen sangat luas, beragam dan terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk sebagai pengguna, yang diterjemahkan dari kata *user* dari kata bahas Inggris. Pengertian lain konsumen adalah pemakai, pemirsa, dan masih banyak lagi.¹⁸

Menurut Simamura perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.¹⁹

Menurut Zulian Yamit dalam anjar Rahmulyo secara tradisional konsumen diartikan orang yang membeli dan menggunakan produk. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa konsumen adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Sedangkan orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi

¹⁸ H. Mulyadi Naususatro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 24

¹⁹ Bilson Simamura, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 1



berlangsung adalah dianggap sebagai pemasok. Konsumen dan pemasok dalam konsep tradisional ini adalah orang yang berada di luar perusahaan atau disebut konsumen.²⁰

Perilaku konsumen menurut *Kotler* dan *Amstrong* adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. *Kotler* dalam bukunya dalam bukunya *The American Marketing Association* menyebutkan definisi perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi, dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.²¹

Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan bukan masalah yang sederhana. Para pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka namun bertindak sebaliknya. Para pelanggan tersebut mungkin tidak memahami motivasi mereka yang lebih dalam. Mereka mungkin memotivasi pengaruh yang mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir.²² Kebanyakan penelitian perilaku konsumen berfokus pada tahap perolehan. Salah satu faktor yang berkaitan dengan pencarian dan penyeleksian barang serta jasa adalah simbolisme produk yaitu, orang biasanya ingin mencari produk

²⁰ Zulian Yamit dalam Anjar Rahmulyo, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Depok I di Sleman", *Tesis*, Universitas Islam Indonesia Tahun 2008, hlm. 34

²¹ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2004), hlm. 102

²² Mangkunegara, P. Anwar, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, (Bandung: Refika Aditama, 2002), hlm. 59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



untuk mengekspresikan diri mereka kepada orang lain tentang ide-ide tertentu dan arti diri mereka.²³

Tahap konsumsi dan disposisi dari proses pertukaran hanya sedikit sekali memperoleh perhatian. Dalam menginvestigasi tahap konsumsi, menganalisis bagaimana para konsumen sebenarnya untuk mengkonsumsi produk atau jasa dan pengalaman yang dilalui mereka saat menggunakan atau mengkonsumsinya. Pengalaman konsumsi adalah bagian yang sangat penting pada industri kuliner. Tahapan disposisi mengacu pada apa yang dilakukan oleh seorang konsumen ketika mereka telah selesai mengkonsumsinya. Sekali lagi, hal ini juga menunjukkan melihat tingkat kepuasan konsumen setelah pembelian barang atau jasa yang dalam hal ini adalah makan cepat saji. Ketika konsumen memiliki harapan yang tidak realistis atas sebuah produk, maka mereka tidak mungkin merealisasikan hasil yang telah diantisipasi, dan kemungkinan besar mereka menjadi sangat tidak puas.

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Beberapa pendapat tentang defenisi perilaku konsumen, yaitu:²⁴

- a. Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana membuat keputusan, baik individu, kelompok ataupun

²³ *Ibid.*, hlm. 60

²⁴ Sadono, Sukarno, *Teori pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: PT. RajGrafindo Persada, 2009), hlm. 153-154

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi, membuat keputusan-keputusan membeli atau transaksi pembeian suatu produk untuk konsumsi personal

- b. Kotler mengatakan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.
- c. Perilaku konsumen adalah perilaku yang melibatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka
- d. Perilaku konsumen adalah tindakan individu secara langsung yang terlibat dalam usaha memperoleh dalam menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan tersebut.

2. Jenis- Jenis Konsumen

Setiap manusia pasti berbeda, begitu pula dengan kosnumen, agar dapat memahami konsumen maka harus mengerti terlebih dahulu jenis-jenis konsumen itu sendiri. Adapun jenis-jenis konsumen sebagai berikut:²⁵

- a. Pelanggan atau konsumen menurut UU Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia di masyarakat baik bagi kepentingan diri sendir, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

²⁵ Irawan dan Wijaya, *Pemasaran prinsip dan Kasus, Edisi Kedua*, (Yogyakarta: BPFE, 1996), hlm. 13-14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Konsumen *Trend Setter*, tipikal konsumen ini selalu suka akan sesuatu yang baru, dan dia mendefinisikan dirinya untuk menjadi bagian dari gelombang pertama yang memiliki suatu produk barang atau jasa tersebut.
- c. Konsumen yang mudah dipengaruhi, terutama oleh konsumen *tren setter*, sehingga disebut sebagai *follower* atau pengikut. Kelompok ini sangat signifikan, karena membentuk presentase terbesar, kelompok ini disebut konsumen yang terimbas efek dari konsumen *trend setter*.
- d. Konsumen *Value Seeker*, adalah mereka yang memiliki pertimbangan dan pendirian sendiri, kelompok ini jumlah lebih besar dari kelompok pertama sehingga patut diberi perhatian khusus. Dikarenakan konsumen jenis ini relatif sulit untuk dipegaruhi karena mereka lebih mendasarkan kebutuhan mereka terhadap alasan-alasan yang rasional.

Kepuasan konsumen eksternal dipengaruhi juga oleh kualitas pelayanan para penjual. Uraian tersebut, menyimpulkan bahwa pemasok dan konsumen adalah setiap orang yang datang dari dalam perusahaan maupun yang datang dari luar perusahaan, selain itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga jenis konsumen, diantaranya:²⁶

²⁶ Kotler dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Bandung: Indeks, 2009), hlm. 174



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Konsumen Internal (*internal costumer*) adalah setiap orang yang ikut menangani proses pembuatan maupun penyediaan produk di dalam perusahaan atau organisasi.
2. Konsumen Perantara (*intermediate costumer*) adalah mereka yang bertindak atau berperantara untuk mendistribusikan produk kepada pihak konsumen atau konsumen eksternal. Konsumen perantara ini bukan sebagai pemakai akhir.
3. Konsumen Eksternal (*external costumer*) adalah pembeli atau pemakai akhir yang disebut sebagai konsumen yang nyata (*real costumer*).

Menurut Subagyo, konsumen di dala kepustakaan ekonomi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu barang/jasa sebagai bagian dari proses produksi suatu produk kembali, sedangkan konsumen akhir adalah konsumen yang menjadi pemanfaat akhir dari suatu produk. Menurut Sangadji dan Sopiah, konsumen berdasarkan tujuan penggunaan suatu produk dibagi menjadi dua jenis yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu adalah konsumen yang mengguakan barang untuk keperluan-keperluannya sendiri, keluarga, atau sebagai hadiah kepada orang lain, sedangkan konsumen organisasi menggunakan barang untuk kebutuhan organisasi. Konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi membutuhkan suatu barang untuk menjalankan kegiatan organisasi tersebut seperti pabrik roti yang harus membeli terigu dan bahan lainnya untuk membuat roti.²⁷

3. Faktor-Faktor Indikator Perilaku Konsumen

Tindakan-tindakan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal, baik yang bersifat eksternal maupun internal konsumen itu sendiri. Ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, sebagai berikut:

a. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan merupakan pengaruh yang paling luas dan paling dalam. Studi mengenai semua aspek masyarakat yaitu bahasa, pengetahuan, hukum dan adat yang memberikan karakter dan kepribadian khusus bagi masyarakat yang bersangkutan. Kebudayaan adalah seperangkat nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari oleh seseorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya.

Budaya dipelajari sebagai bagian dari pengalaman sosial. Hal tersebut diperoleh dari belajar formal, informal dan teknis. Budaya dikomunikasikan kepada masyarakat melalui bahasa umum dan melalui simbol umum. Karena pikiran manusia memiliki

²⁷ Arif Setiawan, "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu". *Tesis*. Fakultas Pertanian universitas Lampung, Bandar Lampung, 2016, hlm. 13-14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemampuan untuk menyerap dan memproses komunikasi secara simbolik. Elemen-elemen budaya ditransmisikan oleh tiga lembaga persuasif yaitu keluarga, agama dan sekolah. Lembaga sosial keempat yang memiliki peran penting dalam transmisi budaya adalah media massa, baik melalui isi editorial ataupun iklan.²⁸

Kebudayaan adalah kompleks yang secara garis besar dibagi menjadi tiga yaitu:

1) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

2) Sub-Budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya –sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub- budaya dapat dibedakan menjadi empat kelompok yaitu, nasionalisme, keagamaan, rasrea, dan rasarea geografis.

3) Kelas Sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirearki

²⁸ Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasar*, (Edisi 12, jilid 1, 2007), hlm. 127

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

b. Faktor Sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran dan status.

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memberi pengaruh langsung kepada seseorang disebut kelompok keanggotaan, yakni dimana seseorang menjadi anggotanya dan saling berinteraksi.²⁹

Adapun kelompok keanggotaannya adalah:

a) Kelompok Primer

Yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok ini cenderung bersifat formal.

b) Kelompok Sekunder

Kelompok ini cenderung lebih resmi dan interaksi yang terjadi agak kurang berkesinambungan. Seperti organisasi, serikat dan buruh.

c) Kelompok Aspirasional

Kelompok ini adalah kelompok yang dipengaruhi bukan kelompok anggotanya.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 130



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) Kelompok Diasosiatif

Dikenal dengan kelompok memisahkan diri, merupakan kelompok yang nilai dan perilakunya tidak disukai oleh individu atau seseorang.

2) Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang besar terhadap tingkah laku pembelian konsumen dan merupakan target utama bagi pemasaran berbagai produk atau jasa. Kita dapat membedakan dua jenis keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu:

a) Keluarga Orientasi

Merupakan orang tua seseorang, yang mana dari orang tua itulah seseorang mendapatkan pandangan agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi, nilai atau harga diri dan cinta.

b) Keluarga Prokreasi

Yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga. Merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok dapat di identifikasikan dalam peran dan status.³⁰

³⁰ Kotler, Philip, *Manajemen pemasaran*, Edisi Milenium, (Jakarta: PT. Prenhalindo), hlm. 65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seseorang. Karakteristik tersebut meliputi umur dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.³¹

a) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan dan transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan

Para pemasaran berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya, tabungan dan hartanya termasuk presentase dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan atau lawan menabung.

³¹ *Ibid.*, hlm. 95

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan dengan kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian disini adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen.

4) Faktor Psikologis

a. Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dalam keadaan psikologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, rasa tidak nyaman dan sebagainya. Motivasi merupakan kekuatan yang mendorong seseorang dari dalam diri manusia yang membuat dirinya melakukan sesuatu, dorongan tersebut disebabkan oleh suatu kebutuhan yang harus mesti terpenuhi.

b. Persepsi

Persepsi di defenisikan sebagai proses dimana seseorang memilih dan mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Dimana konsumen memperoleh pengalaman dalam pembelian produk dan merek produk apa yang di sukainya. Konsumen akan menyesuaikan perilakunya dengan pengalamannya dimasa lalu.

d) Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu melalui proses belajar seseorang dapat percaya dan sikap kemudian akan mempengaruhi perilaku pembelian. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpikir, berpersepsi dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi dan nilai.³²

4. Keputusan Pembelian

1). Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk merupakan suatu tindakan yang biasa dijalankan oleh setiap individu konsumen ketika mengambil keputusan pembelian suatu produk barang atau jasa. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari yang sudah melekat pada diri individu konsumen yang disebut *behavior* yang merujuk pada tindakan fisik yang nyata.

³² Prasetijo, Ristiyanti dan Ilhalauiw Jhon, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 87



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat mengevaluasi pilihan dan selanjutnya dapat menentukan sikap yang akan di ambil. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan terhadap suatu pembelian yang mencakup penentuan apa yang dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.³³

Keputusan pembelian adalah fase dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Hal ini berhubungan dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dengan tahap yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh dan menggunakan produk tersebut.³⁴

Perilaku pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan kesadaran akan pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta menyadari adanya masalah selanjutnya. Maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian.

³³ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 141

³⁴ Suharno, *Marketing in Practice, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm.



Untuk memahami bagaimana perilaku konsumen pada tiap-tiap tahap, dan faktor apa saja yang berpengaruh dalam setiap tahapan tersebut. Pendirian orang lain, faktor situasi tidak diantisipasi, dan resiko yang diterima atau dirasakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Begitu juga dengan halnya tingkat kepuasan pasca pembelian konsumen dan tindakan pasca pembelian. Pelanggan atau konsumen yang puas akan terus melakukan pembelian, sedangkan pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk tersebut dan berkemungkinan akan menyebarkan berita atau hal tersebut kepada teman-teman dan relasi mereka. Karena itu perusahaan harus berusaha memastikan tingkat kepuasan konsumen dalam proses pembelian.

5. Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Peter dan Olson mengatakan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satunya.³⁵ Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan, yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Sedangkan menurut Swastha mengatakan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen sesungguhnya merupakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁵ Peter, J. Paul, J.C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi ke-4, (Jakarta: penerbit Erlangga, 2010), hlm. 124

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan yang diambil konsumen terdiri dari tujuh komponen, yaitu sebagai berikut:³⁶

1) Keputusan tentang jenis Produk

Dimana para konsumen akan menggunakan uang yang mereka miliki untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Oleh karena itu, produsen harus bisa menarik konsumen agar mau membelanjakan uang yang mereka miliki untuk membeli produk tersebut.

2) Keputusan Tentang Bentuk Produk

Ukuran, mutu, corak dan berbagai hal lainnya mungkin akan menjadi bahan pertimbangan konsumen sebelum mereka melakukan keputusan pembelian.

3) Keputusan Tentang Merek

Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen juga akan menentukan merek mana yang akan mereka pilih diantara banyak pilihan merek yang ada di pasar.

4) Keputusan Tentang penjualnya

Seseorang konsumen mungkin akan memilih toko pengecer kecil, pasar atau super market sebagai tempat untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui alasan yang mendasari konsumen dalam memilih tempat mereka melakukan keputusan pembelian.

³⁶ Dharmmesta, Basu Swastha, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi peneliti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 2, hlm. 73

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Keputusan Tentang Jumlah produk

Konsumen akan menentukan berapa banyak produk yang akan mereka beli dan konsumsi. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memperkirakan berapa banyak produk yang akan dibeli oleh konsumen.

6) Keputusan Tentang Waktu

Waktu yang dipilih oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh ketersediaan dana.

7) Keputusan Tentang Cara Pembayaran

Konsumen mungkin akan memilih cara tunai ataupun cicilan untuk membeli produk yang mereka butuhkan. Cara yang akan mereka pilih berkaitan dengan dana yang mereka miliki.³⁷

Ada tiga dimensi keputusan pembelian oleh konsumen, yaitu:

1. Mengulangi pembelian produk atau jasa
2. Pembelian yang lebih banyak atau pembelian produk atau jasa lain dari perusahaan
3. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.³⁸

³⁷ Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya Untuk Strategi dan penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Prenada Media, 2008), hlm. 413

³⁸ Peter, J. Paul, J.C. Olson, *Perilaku*, hlm. 12



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan keputusan

Kotler berpendapat bahwa faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Sedangkan menurut Sunarto, pembelian konsumen secara kuat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologis.³⁹

Perilaku konsumen dengan semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan, khususnya dibidang pemasaran, perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen. Defenisi perilaku konsumen adalah kegiatan individu atau seseorang yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk di dalamnya pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.⁴⁰

Pada dasarnya perilaku konsumen tersebut mengandung dua unsur penting, sebagai berikut:

- 1) Proses Pengambilan Keputusan
- 2) Kegiatan Fisik

³⁹ Peter, J. Paul, J.C. Olson, *Perilaku*, hlm. 214

⁴⁰ Peter, J. Paul, J.C. Olson, *Perilaku*, hlm. 148



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kegiatan fisik yang semuanya melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Dalam hubungannya dengan keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk atau jasa, maka pemahaman akan perilaku konsumen tersebut meliputi juga jawaban atas pertanyaan seperti apa (*what*) yang dibeli, dimana membeli (*where*), bagaimana kebiasaan (*how often*) membeli dan dalam keadaan apa barang-barang dan jasa-jasa dibeli.

7. Teori-Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, seseorang konsumen biasanya dipengaruhi oleh motif pembeli. Oleh karena itu untuk mengetahui proses motivasi yang didasari dan menggerakkan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian perlu mempelajari perilaku konsumen.

Ada beberapa teori perilaku konsumen:

1) Teori Ekonomi Mikro

Menurut teori ini keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomi, rasional dan sadar. Pembeli potensial berusaha membeli barang-barang yang akan memberikan kegunaan paling banyak, sesuai dengan selera dan harga relatif.

2) Teori Sosiologis



Teori ini menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan perilaku mereka. Jadi lebih mengutamakan perilaku kelompok dan bukan individu. Kelompok disini adalah keluarga, teman kerja dan sebagainya.

3) Teori Psikologis

Teori ini di bagi menjadi dua bagian, yaitu teori belajar dan teori psikologis. Tujuan mempelajari teori ini adalah mengumpulkan fakta-fakta untuk mengontrol perilaku manusia.

4) Teori Antropologi

Teori ini menekankan perilaku pembelian dari kelompok masyarakat yang ruang lingkupnya lebih luas, seperti kebudayaan, kebudayaan khusus dan kelas-kelas sosial. Seperti yang di tulis di atas, bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan individu yang terlibat secara langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan pembeli di oengaruhi oleh rangsangan perusahaan yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi. Ke empat unsur ini dikenal dengan bauran pemasaran, yang sering kali digunakan perusahaan sebagai salah satu strategi pemasaran. Di samping bauran pemasaran, masih ada rangsangan lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti faktor ekonomi, teknologi, politik, budaya. Konsumen sendiri dalam perilaku pembeliannya juga dipengaruhi oleh berbagai karakteristik yang mencakup faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Indikator tersebut di atas akan saling mempengaruhi proses keputusan pembelian mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi keputusan dan perilaku pasca pembelian. Dari proses keputusan pembelian yang didasarkan pada pilihan produk, merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembeli.

8. Peran Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Dalam keputusan pembelian pada umumnya ada 5 (lima) jenis peranan yang bisa dilakukan seseorang. Adapun kelima peranan tersebut:⁴¹

- 1). Pemrakarsa (*Initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu.
- 2). Pemberi pengaruh (*Influencer*), yaitu orang yang memberi pandangan, nasehat atau pendapat sehingga dapat membantu keputusan pembelian.

⁴¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005), hlm.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3). Pengambil keputusan (*Decider*), yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian, apa yang dibeli, bagaimana cara membeli atau dimana membelinya dan apakah jadi membelinya.
- 4). Pembeli (*Buyer*), yaitu orang yang melakukan pembelian secara aktual (nyata).
- 5). Pemakai (*User*), yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang telah dibeli.

9. Jenis-Jenis Pembelian

Pembelian produk dan jasa yang dilakukan oleh konsumen di kalisifikasikan ke dalam tiga jenis yaitu:

- 1). Pembelian yang terencana sepenuhnya, yakni hasil dari proses keputusan yang diperluas atau keterlibatannya tinggi.
- 2). Pembelian yang terencana sepenuhnya, sering kali konsumen sudah mengetahui ingin membeli suatu produk sebelum masuk ke swalayan atau pasar minimarket, namun mungkin tidak tahu merek apa yang akan dibelinya. Ketika sudah tau merek produk yang ingin dibelinya sebelumnya dan memutuskan merek dari produk tersebut di toko, maka ia termasuk pembelian yang sepenuhnya terencana.
- 3). Pembelian yang tidak terencana, yakni konsumen seringkali membeli suatu produk tanpa direncanakan terlebih dahulu. Keinginan untuk membeli muncul di toko, konsumen akan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merasakan kebutuhan untuk membeli produk, keputusan pembelian seperti ini sering disebut sebagai pembelian implus (*impuls purchasing*).

10. Makanan Halal dan Makanan Haram

a. Makanan Halal

Kata halal berasal dari *halla* yang berarti “lepas” atau “tidak terikat”. Secara etimologi kata halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas dan tidak terikat oleh ketentuan yang melarangnya. Dapat diartikan pula segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi.

Halal juga berarti diperbolehkannya sesuatu oleh Allah SWT berdasar suatu prinsip yang sesuai dengan aturan-Nya. Dengan demikian makanan halal adalah makanan yang dikonsumsi oleh umat Muslim selama makanan itu bukanlah dari hewan ataupun zat yang keharamannya telah Allah SWT tetapkan dalam Al-Qur’an dan Sunnah Rasulullah SAW.⁴²

Salah satu diantara kemudahan yang Allah SWT berikan untuk umat ini dalam menetapkan serta membedakan mana makanan halal dan mana yang haram adalah dengan menjadikan salah satunya lebih dominan. Dalam hal ini Allah SWT menciptakan makanan yang halal lebih banyak dan lebih tersedia dibandingkan makanan yang

⁴² Sarawat, *Seri Fiqih Kehidupan : Kuliner*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2012), hlm. 26

tidak halal.⁴³ Ini adalah cara yang sangat memudahkan untuk semua hamba Allah. Para ulama mempunyai kaidah yang sangat istimewa berbunyi “*Hukum asal segala sesuatu itu adalah halal (sampai ada dalil yang mengharamkannya)*. Cara ini sangat memudahkan dan cara inilah yang dipakai oleh umumnya para ulama dalam menetapkan makanan halal dan makanan haram.

b. Makanan Haram

Makanan yang haram hanya terbatas pada yang Allah SWT sebutkan saja dalam Al-Qur’an. Baik disebutkan nama makanan itu secara langsung, ataupun tidak langsung seperti menyebutkan kriteria, sifat, karakter, dan ciri-cirinya. Selama belum ada satupun keterangan dari Allah SWT dan asul-Nya tentang haramnya suatu jenis makanan, maka semua makanan itu mubah hukumnya. Begitu juga yang halal bersifat menyeluruh untuk seluruh umat manusia.

Sebagaimana Allah berfirman dalam Al-Qur’an surat Al-Maidah ayat 3, berikut ini:⁴⁴

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِزْيِرِ وَمَا أَهْلٌ لِّغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النَّصَبِ
وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا
تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ
الْإِسْلَامَ دِينًا ۚ فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ ۚ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: *Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpuak, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas,*

⁴³ *Ibid.*, hlm. 27

⁴⁴ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2004)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Kuridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (QS. Al-Maidah: 3)

Dari ayat di atas Allah SWT dengan teas memerintahkan untuk tidak memakan binatang-binatang yang diharamkan untuk mengkonsumsinya. Sedangkan hanya ada dua jenis binatang kategori bangkai yang diharamkan untuk memakannya yaitu ikan dan belalang.

11. Sertifikat Halal

Menurut ajaran hukum Islam, halal dan haram merupakan persoalan yang sangat penting dan dipandang sebagai inti keberagaman, karena setiap muslim yang akan melakukan atau yang menggunakan, terlebih lagi mengkonsumsi sesuatu sangat dituntut oleh agama untuk memastikan terlebih dahulu kehalalan dan keharamannya. Jika halal, maka ia boleh melakukannya, menggunakan, atau mengkonsumsinya, namun jika jelas keharamannya, harus dijauhi dari diri seorang muslim.⁴⁵ Karena masalah halal dan haram bagi umat islam sangatlah penting dan besar artinya, karena diterimanya suatu amal ibadah oleh Allah SWT sangat bergantung pada kehalalan segala apa yang dikonsumsi. Oleh karena

⁴⁵ Ma'ruf Amin, *Fatwa Dalam Sistem Hukum Islam*, (Jakarta: eLSAS, 2008), hlm. 21



itu, wajar jika masalah tersebut mendapat perhatian serius dari umat Islam.⁴⁶

Halal berasal dari bahasa Arab yaitu *halla*, *halal*, *hill* dan *ahalla* yang artinya “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan karena bebas dan tidak terikat dengan ketentuan –ketentuan yang melarangnya atau diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya dunia dan ukhrawi.⁴⁷ halal adalah sesuatu yang mubah (diperbolehkan/diperkenankan), yang terlepas dari ikatan larangan, dan diizinkan oleh pembuat Syari’at dengan larangan yang pasti, dimana orang yang melanggarnya akan dikenakan hukuman (siksaan) di akhirat, dan juga adakalanya mendapat hukuman di dunia.⁴⁸

Allah SWT telah menjelaskan di dalam Al-Qur’an kriteria makanan yang halal dikonsumsi, dan tidak tergolong dari jenis hewan dan tumbuh-tumbuhan yang diharamkan. Sedangkan yang dimaksud “*thayyiban*” adalah makanan yang memberi manfaat bagi manusia karena telah memenuhi syarat-syarat kesehatan, tidak najis atau terkena najis (*mutanajjis*), tidak memabukan, tidak menimbulkan

⁴⁶ Ma’rif Amin, dkk. *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Bidang POM dan Iptek*, (Jakarta: Erlangga, 2015), hlm. 6

⁴⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Apernada Media Group, 2013), hlm. 110

⁴⁸ Yusuf Qordhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, (Surakarta: Era Intermedia, 2007), hlm. 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kerusakan/bahaya (*mafsadah*) bagi kesehatan fisik dan psikis, serta diperoleh dengan cara yang *halal*.⁴⁹

Makanan yang diharamkan dalam Al-Qur'an adalah daging babi, hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah SWT, bangkai, darah, khamar, binatang yang menjijikan, hidup di dua alam, hewan yang tidak boleh dibunuh (seperti semut dan lebah), binatang buas/bertaring, dan lain-lain. Sebagaimana terdapat di dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah:168)

Sertifikasi halal merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan dan minuman yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Produk makanan yang memiliki sertifikat halal adalah produk yang di dalam proses pengolahannya sudah memenuhi standar dalam keamanan dan kebersihannya.⁵⁰ Sertifikat halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat halal MUI ini merupakan syarat

⁴⁹ M. Hamdan Rasyid, "Peranan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Dalam Menjamin Kehalalan Makanan" *Jurnal Syariah LKIH FHUI: Sertifikat Produk Halal*, Edisi 3, November 2015, hlm. 9

⁵⁰ Ladda, Suddin, Geoffrey Harvey Tanakinjal dan Hanudin Amin, "Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. Vol. 2 No. 1, 2009.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Kewajiban produsen produk pangan untuk mencantumkan label halal pada makanan yang dikemas lebih spesifik diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 pasal 10 ayat 1 yang menyebutkan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label. Pencantuman label pada barang juga sudah diatur di dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 62/M-DAG/PER/12/2009 tentang kewajiban pencantuman label pada barang.

Tujuan sertifikasi halal MUI pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya, bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menentramkan batin kosnumen dalam mengkonsumsinya. Kesiambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan sistem jaminan halal. Berikut sertifikat Halal dan Logo Halal terbaru yang dikeluarkan oleh MUI⁵¹:

Gambar 2.1

Logo Dan Sertifikat Halal MUI

⁵¹<https://halalmui.org/>. Di akses pada tanggal 2 Mei 2023 pukul 14.00 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.1 Logo Halal MUI



Gambar 1.2 Sertifikat Halal

Sumber: <https://halalmui.org>.

12. Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam

Adiwarman Karim dalam bukunya *Ekonomi Mikro Islami* menyebutkan bahwa perilaku rasional mempunyai dua makna, yaitu *pertama*: metode, “*action selected on the basis of reasoned thought rather than out of habit, prejudice, or emotion*”. (tindakan yang dipilih berdasarkan pikiran yang beralasan, bukan berdasarkan kebiasaan, praasangka, atau emosi) dan *kedua* makna, “*action that actually succeeds in achieving desired goals*”, (tindakan yang benar-benar dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai).

Said Sa’ad Marthon dalam bukunya *Ekonomi Islam* mengatakan bahwa di tengah krisis ekonomi global sepanjang konsumen dapat berpegang teguh pada aturan dan kaidah syariah dalam berkonsumsi, maka konsumen tersebut dikatakan mempunyai rasionalitas (kecerdasan)

Ada beberapa hal yang dijadikan sebagai pegangan untuk mewujudkan rasionalitas dalam berkonsumsi:

1. Tidak boleh hidup bermewah-mewah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pelarangan *israf*, *tabdzir*, dan *safih*. *Israf* adalah melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam berkonsumsi. *Tabdzir* adalah melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proporsional. Sedangkan *safih* adalah orang yang tidak cerdas (*rusyid*), dimana ia melakukan perbuatan yang bertentangan dengan syariah dan senantiasa menuruti hawa nafsunya.

3. Keseimbangan dalam berkonsumsi

4. Larangan berkonsumsi atas barang dan jasa yang membahayakan.

Dari penjelasan di atas dapat kita membedakan bahwa perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional lebih mengutamakan pencapaian kepuasan dalam hal mengkonsumsi suatu barang. Sedangkan dalam Islam menganjurkan untuk mengkonsumsi sesuatu dengan tidak berlebih-lebihan, artinya tidak memakai sesuatu barang yang benar-benar ia butuhkan, bukan semata karena keinginannya.⁵²

13. Restoran

a. Pengertian Restoran

Restoran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti rumah makan.⁵³ Restoran berasal dari kata “*restore*” artinya mengembangkan atau memperbaiki, dan pengembalian atau pengulangan dari kata *restore* (*restoration*) yang kemudian berubah menjadi *restaurant* dalam bahasa Inggris.⁵⁴ Restoran

⁵² Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 61

⁵³ Kamus Besar Bahasa Indonesia *Online*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menurut istilah yaitu suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan layanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman.⁵⁵

Menurut Keputusan Menteri Pariwisata No. KN. 73/PVV105/MPPT-85 tentang peraturan usaha rumah makan, dalam peraturan ini yang dimaksud dengan restoran adalah suatu usaha yang menyediakan jasa dan pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.⁵⁶

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran Pasal 1 ayat 2 yang dimaksud dengan usaha restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap dan tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.⁵⁷

Selanjutnya, menurut Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 6 Tahun 2011 tentang pajak restoran Pasal 1 Ayat 10 bahwa yang dimaksud dengan restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan minuman dengan dipungut bayaran yang mencakup

⁵⁵ Marsum, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 17

⁵⁶ Keputusan Menteri Pariwisata No. KN. 73/PVV105/MPPT-85 tentang Peraturan Usaha Rumah Makan

⁵⁷ Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar usaha Restoran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga rumah makan, kafetaria, bar dan sejenisnya termasuk juga jasa boga dan catering.⁵⁸

b. Jenis-jenis Restoran

Restoran dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis menurut kegiatan atau makanan atau minuman yang disajikan, antara lain yaitu:

- 1). *Ala Carte* merupakan restoran yang mendapatkan izin penuh untuk menjual makanan lengkap dengan banyak variasi di mana tamu bebas memilih sendiri makanan yang mereka inginkan dan setiap makanan memiliki harga sendiri-sendiri.
- 2). *Table d' hotel* yaitu sebuah restoran dengan menu uang lengkap dan menyajikan setiap menu berurutan dari menu pembuka sampai penutup dengan harga yang telah ditentukan.
- 3). *Coffe Shopi* adalah tempat makan dan minum yang menyuguhkan suasana santai tanpa aturan yang mengikat dan juga menyuguhkan racikan kopi sebagai menu spesial diluar makanan kecil atau siap saji.
- 4). *Cafetaria atau cafe* merupakan restoran kecil yang mengutamakan penjualan kue-kue, sandwich, kopi dan

⁵⁸ Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Restoran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teh. Pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman yang mengandung alkohol.

- 5). *Canteen* yaitu restoran yang menyajikan berbagai macam makanan-makanan instan dengan harga yang terjangkau.
- 6). *Continental* adalah sebuah restoran yang memberikan kebebasan bagi pengunjung untuk memilih bahkan mengiris sendiri makanan yang dipesannya.
- 7). *Pizzeria* yaitu restoran dengan menu khusus pizza dan pasta
- 8). *Family Restaurant* yaitu sebuah restoran sederhana yang menjual makanan dan minuman keluarga dan rombongan dengan harga yang tidak mahal serta menyuguhkan suasana nyaman dan santai.

c. Klasifikasi Restoran

jika ditinjau dari sistem pengelolaan dan penyajiannya, restoran dapat diklasifikasikan menjadi tiga yaitu:

- 1). Restoran Formal (*formal restaurant*) merupakan industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif. Ciri-ciri restoran formal adalah:
 - a). Penerimaan pelanggan atau konsumen dengan sistem pemesanan tempat terlebih dahulu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b). Para pelanggan terikat menggunakan pakaian resmi
- c). Pilihan menu yang disediakan adalah menu eropa populer atau klasik
- d). Sistem penyajian yang dipakai adalah *Russian Service* atau *French Service* atau gabungan dari kedua nya *Table Service* tersebut.
- e). Menyediakan ruangan cocktail selain ruangan jamuan makana digunakan untuk tempat minum yang beralkohol sebelum santap makan.
- f). Dibuka untuk pelayanan makan siang dan makan malam
- g). Menyuguhkan hiburan *live music* dan tempat duduk lesehan untk mendapatkan suasana yang romantis dan nyaman.
- h). harga menu yang dihidangkan relatif mahal dibandingkan dengan harga makanan dan minuman di restoran informal.
- i). Penataan meja dan bangku memiliki area service yang lebih luas untuk dilewati gueridon.
- j). Memiliki tenaga karyawan yang relatif banyak untuk melayani 4-8 pelanggan.

Adapun yang termasuk kedalam kategori restoran formal diantaranya: *Members restaurant, super club,*

gourmet, main dinning room, grilled restaurant, dan executive restaurant.

2). Restoran Informal (*Informal Rastaurant*)

Adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan percepatan frekuensi yang silih berganti pelanggan.

Restoran informal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a). Penerimaan pelanggan tanpa sistem pemesanan tempat terlebih dahulu
- b). Para konsumen atau pelanggan tidak terikat dengan pakaian resmi
- c). Pilihan menu yang tersedia sangat terbatas dengan membatasi menu-menu yang relatif cepat dimasak
- d). Sistem penyajiannya adalah sistem *American Service*
- e). Hanya melayani untuk makan siang dan makan malam dan tidak untuk makan pagi
- f). Menyediakan *live music*
- g). Daftar menu tidak dipresentasikan oleh pramusaji melainkan langsung dipasang di counter setiap meja makan untuk mempercepat pelayanan
- h). penataan bangku cukup rapat antara satu dan yang lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- i). Tenaga karyawan yang relatif sedikit untuk ukuran melayani pelangga kisaran 12-16 pelanggan

3. Restoran Khusus (*Specialities Restaurant*)

Merupakan industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makana khas yang diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari negara tertentu. Ciri-cirinya sebagai berikut:

- a). Menyediakan sistem pemesanan tempat
- b). Menu yang disediakan adalah menu khas suatu negara tertentu yang senangi oleh banyak orang pada umumnya.
- c). Sistem penyajian disesuaikan dengan budaya negara asal dan dimodifikasi dengan budaya internasional
- d). Pelayanan hanya untuk makan siang dan makan malam
- e). Menu ala carte dipresentasikan langsung oleh pramusaji kepada konsumen
- f). Biasanya menyediakan musik atau hiburan khas negara tertentu
- g). Tenaga karyawan relatif sedang dengan standar kebutuhan untuk melayani 8-12 pelanggan
- i). Harga makaan relatif tinggi dibandingkan restoran informal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapaun beberapa klasifikasi restoran khusus diantaranya: *Indonesian Food Restaurant, Italian Food Restaurant*, dan lain-lain.

B. Kerangka Berpikir

Pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel penelitian yang terdiri dari 2 (dua) variabel yaitu variabel Perilaku Konsumen (X), yang terdiri atas empat variabel bebas yaitu, budaya (X^1), sosial (X^2), pribadi (X^3) dan psikologis (X^4), dan Keputusan Pembelian (Y). Menurut Kotler dan Amstrong mengartikan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan mendahului dan mengikuti tindakan yang dilakukan oleh konsumen, perilaku konsumen yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor budaya.⁵⁹

Swastha mengungkapkan bahwa yang dilakukan perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian yang akan mereka lakukan di dasari oleh sesuatu, mengulangi pembelian produk, pembelian yang lebih banyak atau pembelian produk atau jasa lain dari perusahaan, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.⁶⁰

Sebagaimana yang terdapat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.2

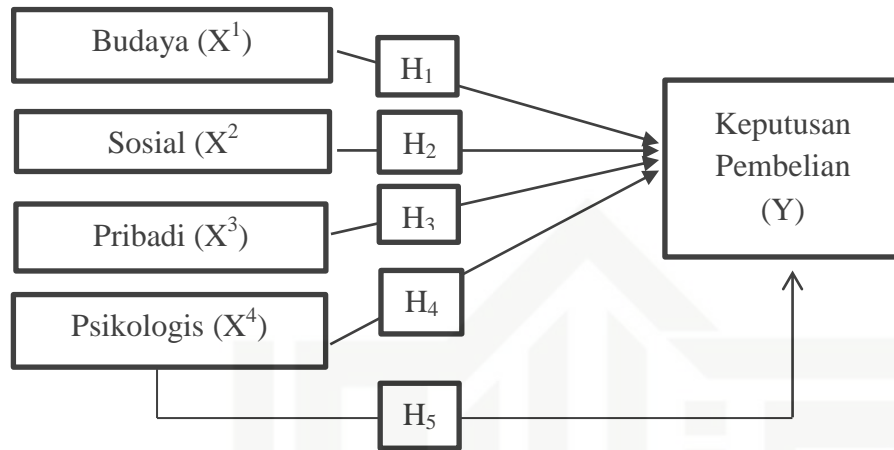
⁵⁹ Mowen, Jhon C. Dan Minor, Michael, *Perilaku Konsumen*, terj, Dwi Kartini Yahya, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 142

⁶⁰ Peter, J. Paul, J.C. Olson, *Perilaku*, hlm. 124

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerangka Berpikir Ganda Dengan Empat Variabel Bebas



Sumber: dikembangkan oleh penulis, 2023

C. Konsep Operasional Variabel Penelitian

Sugiyono mendefinisikan variabel merupakan sesuatu hal yang terbentuk dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, lalu ditarik kesimpulannya.⁶¹ Variabel dalam penelitian harus berkaitan dengan teroi, dimana variabel penelitian tidak bisa dibuat dan disusun sekehendak hati. Teori merupakan rangkaian konsep, defenisi dan juga proposisi yang memiliki tujuan memberikan gambaran yang sistematis pada suatu fenomena atau kejadian.

Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini, yakni:

1) Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebab perubahan/timbulnya variabel terikat. Maka yang menjadi variabel independen (*variabel bebas*) dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen (X) yang terdiri dari empat variabel bebas yaitu budaya (X^1), sosial (X^2), pribadi (X^3), dan psikologis (X^4)

2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen yang dilambangkan dengan (Y) adalah variabel yang diengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁶² Maka yang menjadi variabel dependen (*variabel terikat*) yaitu keputusan pembelian (Y)

Tabel 2.1
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Independen X: Perilaku Konsumen	Perilaku pembelian konsumen yang mengevaluasi serta cara individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan	1. Kebudayaan 2. Sosial 3. Psikologis	1. Kebudayaan 2. Sub-Budaya 3. Kelas Sosial 1. Kelompok Referensi 2. Keluarga 3. Peran 4. Status 1. Motivasi 2. Persepsi	<i>Skala Likert</i>

⁶² Suryani, Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 319

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		kebutuhan dan hasrat mereka. ⁶³	4. Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 3. Proses Belajar 4. Kepercayaan dan Sikap 1. Umur dan Tahap Siklus Hidup 2. Pekerjaan 3. Keadaan Ekonomi 4. Gaya Hidup 5. Kepribadian⁶⁴ 	
2.	Dependen Y: Keputusan Pembelian Konsumen	Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian yang akan mereka lakukan. ⁶⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengulangi pembelian produk atau jasa 2. Pembelian yang lebih banyak atau pembelian produk atau jasa lain dari perusahaan 3. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.⁶⁶ 	<i>Skala Likert</i>

⁶³ *Ibid.*, hlm. 121⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 164⁶⁵ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, jilid 2, (Jakarta: Indeks Gramedia, 2009),

hlm. 54

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 155



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh Fanut Ibrahim dan Hendri Hermawan Adinugraha⁶⁷ yang berjudul “persepsi konsumen non muslim terhadap keputusan pembelian produk minuman halal”. Jurnal ini membahas tentang pentingnya labelisasi halal pada sebuah produk minuman yaitu dalam penelitian ini adalah minuman coca cola. Disebutkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi konsumen non muslim dalam mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor, sikap, persepsi harga, dan labelisasi halal. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh positif antara sikap konsumen, labelisasi halal, persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk minuman Coca Cola. Hal ini dibuktikan dengan nilai *R-Square* mencapai 0,638 % artinya variabel sikap, labelisasi halal, dan persepsi harga mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) 63,8%, sedangkan sisanya 36,20% dijelaskan oleh variabelitas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian Yuyun Solikha dan Muhammad Edwar, yang berjudul “analisis faktor yang mempengaruhi konsumen non muslim terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji KFC Lamongan yang bersertifikat halal”, jurnal ini membahas banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya, baik itu faktor budaya, sosial, pribadi maupun faktor psikologis. Budaya ini

⁶⁷ Adinugraha, H.H dan Fanut Ibrahim, “Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal”, *Jurnal LiFalah* Vol. 5 No. 1 Tahun 2020, Universitas Dian Nuswantoro Semarang



sifatnya sangat luas, bahkan paling luas dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya, dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu, pembahasan tentang faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen dimulai dari faktor budaya. Berdasarkan empat faktor yang terbentuk dengan nilai kumulatif varians 72,214% maka sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diikutkan dalam penelitian ini, misalkan faktor strategi pemasaran, faktor store atmosphere, atau faktor kenyamanan konsumen.

Penelitian oleh Nur Wulandari pada tahun 2020⁶⁸ dengan judul “pengaruh norma subjektif, kontrol perilaku, dan pengetahuan tentang halal terhadap niat beli konsumen non muslim pada produk makanan halal”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh norma subjektif, kontrol perilaku, pengetahuan tentang halal terhadap niat beli konsumen non muslim pada produk makanan halal di Surabaya dengan sikap sebagai variabel intervening. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM PLS dan menunjukkan hasil bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki pengaruh hubungan positif signifikan dengan niat beli konsumen non muslim Surabaya pada produk makanan halal di Surabaya, sedangkan pengetahuan tentang halal tidak memiliki pengaruh hubungan positif signifikan dan sikap memiliki

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁶⁸ Nur Wulandari, “Pengaruh Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Dan Pengetahuan Tentang Halal Terhadap Niat Beli Konsumen Non-Muslim Pada Produk Makanan Halal, *Tesis Universitas Airlangga Tahun 2020*



pengaruh signifikan dengan niat beli konsumen non muslim Surabaya pada produk makanan halal di Surabaya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini:

Dari teori yang telah peneliti kemukakan di atas maka peneliti akan mencoba mengemukakan hipotesis penelitian, sebagai berikut:

H_1 : diduga terdapat pengaruh positif antara variabel faktor budaya (X^1) terhadap keputusan pembelian (Y) makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru.

H_2 : diduga terdapat pengaruh positif antara variabel faktor sosial (X^2) terhadap keputusan pembelian (Y) makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru

H_3 : diduga terdapat pengaruh positif antara variabel faktor pribadi (X^3) terhadap keputusan pembelian (Y) makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru

H_4 : diduga terdapat pengaruh positif antara variabel faktor psikologis (X^4) terhadap keputusan pembelian (Y) makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru

E. Penelitian Yang Relevan

Untuk mnghindari kesamaan dengan penelitian yang sudah ada, maka penulis mencoba untuk melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang terdahulu atau sudah ada sebelumnya, antara lains sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Fanut Ibrahim dan Hendri Hermawan Adinugraha⁶⁹ yang berjudul “persepsi konsumen non muslim terhadap keputusan pembelian produk minuman halal”. Jurnal ini membahas tentang pentingnya labelisasi halal pada sebuah produk minuman yaitu dalam penelitian ini adalah minuman coca cola. Disebutkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi konsumen non muslim dalam mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor, sikap, persepsi harga, dan labelisasi halal. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh positif antara sikap konsumen, labelisasi halal, persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk minuman Coca Cola. Hal ini dibuktikan dengan nilai *R-Square* mencapai 0,638 % artinya variabel sikap, labelisasi halal, dan persepsi harga mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) 63,8%, sedangkan sisanya 36,20% dijelaskan oleh variabelitas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Agus Susyethadi pada tahun 2021⁷⁰ dengan judul “pengaruh sertifikasi halal terhadap kesetiaan konsumen pada produk makanan dan minuman (studi kasus konsumen non muslim di daerah istimewa Yogyakarta). Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kesetiaan konsumen. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk makanan yang

⁶⁹ Adinugraha, H.H dan Fanut Ibrahim, “Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal”, *Jurnal LiFalah* Vol. 5 No. 1 Tahun 2020, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

⁷⁰ Agus Susyethadi, “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Konsumen Non Muslim di Daerah istimewa Yogyakarta)”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 3 Tahun 2021, Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta.



memiliki sertifikasi halal maka semakin tinggi loyalitas konsumen. Selanjutnya harga produk berpengaruh positif signifikan terhadap kesediaan konsumen. Penelitian ini juga menemukan semakin baik desain produk makanan bersertifikat halal maka semakin tinggi loyalitas konsumen.

Ketiga, Jurnal yang di susun oleh Hellen Novia dari Universitas Kristen Petra Surabaya pada tahun 2018⁷¹ dengan judul “Perilaku keputusan Pembelian Konsumen non muslim Restoran bersertifikat halal Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya”. Dalam penelitiannya menghasilkan bahwa perilaku konsumen diamati melalui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut, yaitu faktor sosial, faktor personal, dan faktor *psychological*, dan faktor cultural yang mempunyai pengaruh signifikan positif. Adapun perbedaan dengan penelitian penulis adalah terletak pada objek dan variabel yang diteliti dan penentuan sampel menggunakan accidental sampling.

Keempat, penelitian oleh Muhammad Syarif Ferdiansyah pada tahun 2022⁷² dengan judul “ niat beli konsumen non-muslim terhadap kosmetika halal di Indonesia”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berdampak positif terhadap sikap konsumen non muslim terhadap produk kosmetik halal. Menunjukkan bahwa sertifikasi halal

⁷¹ Hellen Novia, “Perilaku keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya”, *Jurnal Manajemen pemasaran* Vol. 2 No. 2, Universitas Kristen Petra Surabaya, tahun 2018

⁷² Muhammad Syarif Ferdiansyah, “Niat Beli Konsumen Non-Muslim Terhadap Kosmetik Halal di Indonesia”, *Tesis*, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



berdampak positif terhadap niat beli konsumen non muslim terhadap produk kosmetik halal . menunjukkan bahwa sikap berdampak positif terhadap niat beli konsumen non muslim terhadap produk kosmetik halal. Menunjukkan bahwa norma subjektif berdampak positif terhadap niat beli konsumen non muslim terhadap produk kosmetik halal.

Kelima, Jurnal yang di tulis oleh Serli Wijaya⁷³ pada tahun 2017 dengan judul “Studi Eksploratif Perilaku Mahasiswa UK. PETRA dalam Memilih *Fast Food* Restaurant dan *Non fast Food* Restaurant di Suarabaya”. Hasil dari penelitian tersebut yaitu keempat variabel independen terhadap keputusan membeli berpengaruh signifikan positif. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah terletak objek dan variabel yang diteliti dan jurnal menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁷³ Serli Wijaya, “Studi Eksploratif Perilaku Mahasiswa UK. PETRA dalam Memilih *Fast Food* Restaurant dan *Non fast Food* Restaurant di Suarabaya”, *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Universitas Kristen Petra, Srabaya Tahun 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi penelitian

Kota Pekanbaru adalah ibu kota provinsi Riau dan juga merupakan kota terbesar yang ada di provinsi Riau, Indonesia. Kota ini merupakan perdagangan dan jasa, termasuk sebagai kota dengan tingkat pertumbuhan, migrasi dan urbanisasi yang tinggi. Pekanbaru memiliki satu bandar udara internasional yakni Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II dan terminal bus terminal antar kota dan antar provinsi yaitu Bandar Raya Payung Sekaki, serta mempunyai dua pelabuhan di Sungai Siak, yaitu Pelita Pantai dan Pelabuhan Sungai Duku. Saat ini Kota Pekanbaru sedang berkembang pesat menjadi kota dagang yang multi-etnik dan pertumbuhan di sektor industri makanan yang juga sudah mulai menunjukkan perkembangan dengan bermunculannya rumah makan atau restoran dengan berbagai macam jenis hidangan makanan. Sehingga hal ini juga mempengaruhi roda perputaran ekonomi masyarakat Kota Pekanbaru.

1. Letak Geografis Kota Pekanbaru

Berdasarkan pertauran pemerintah No. 9 Tahun 1987 tanggal 7 September 1987 daerah Kota Pekanbaru diperluas dari lebih kurang 62,96 km² menjadi kurang lebih 446,50 km², awalnya terdiri dari 8 kecamatan dan 45 kelurahan /desa. Baru kemudian seperti yang diketahui bahwa pada bulan Desember Tahun 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lalu pemerintah Kota Pekanbaru telah memekarkan sejumlah kecamatan yaitu ada empat kecamatan diantaranya, Kecamatan Tampan, Tenayan Raya, Rumbai dan Rumbi Pesisir dengan rincian pemekaran sebagai berikut:

- a. Kecamatan Tampan dimekarkan menjadi dua kecamatan yaitu Kecamatan Tuah Madani dan Kecamatan Binawidya. Nama tampan tidak digunakan karena memiliki kesamaan dengan nama kelurahan yang ada di Kecamatan Payung Sekaki.
- b. Kecamatan Tenayan Raya dimekarkan menjadi dua kecamatan, yaitu satu kecamatan baru diberi nama kecamatan kulim.
- c. Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir dimekarkan menjadi tiga kecamatan, masing-masing Kecamatan Rumbai, Rumbai Barat dan Rumbai Timur.

Dari hasil pengukuran atau pematokan dilapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah 532,26 km². Secara geografis Pekanbaru memiliki posisi strategis berada pada jalur Lintas Timur Sumatera, terhubung dengan beberapa kota seperti Medan, Padang dan Jambi, dngan wilayah administratif diapit oleh Kabupaten Siak sebelah utara dan timur, sementara Kabupaten Kampar sebelah barat dan selatan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kota ini dibelah Sungai Siak yang mengalir dari barat ke timur dan berada pada ketinggian dengan kisaran 5-50 meter di atas permukaan laut. Kota Pekanbaru termasuk beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 34,1⁰C sampai 35,6⁰C dan suhu minimum 20,2 ⁰C hingga 23,0 ⁰C. Kota Pekanbaru terletak antara 101⁰C 14' - 101⁰C 34'' Bujur Timur dan 0⁰25' – 0⁰45' Lintang Utara.

Saat ini Kota Pekanbaru sudah memiliki 15 kecamatan dan 83 kelurahan⁷⁴ (dari total 169 kecamatan dan 268 kelurahan di seluruh Riau).

2. Demografi Kota Pekanbaru

Berbicara masalah penduduk di Kota pekanbaru sama halnya seperti daerah lainnya di Indonesia. Untuk mencapai sumber daya manusia yang berkualitas dengan jumlah penduduk yang tidak terkendali akan lumayan sulit tercapai. Program kependudukan yang meliputi pengendalian kelahiran, menurunkan tingkat kematian bayi dan anak, perpanjangan usia dan harapan hidup, penyebaran penduduk yang seimbang serta pengembangan potensi penduduk merupakan modal pembangunan yang harus ditingkatkan.

Adapun data jumlah penduduk⁷⁵ Pekanbaru pada tahun 2022 adalah sebanyak 1.085.246 jiwa. Namun dikarenakan keterbatasan

⁷⁴ Wikipedia, "Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Penataan Kecamatan". Diakses pada tanggal 2 Juni 2023, Pukul 13.00 WIB.

⁷⁵ Riau.bps.go.id Jumlah Penduduk kota Pekanbaru Dalam Angka 2022, dikases pada tanggal 23 Mei 2023, pukul 19.00 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

waktu dan tenaga yang peneliti miliki, maka penelitian ini dibatasi pada tiga kecamatan yang ada di Kota pekanbaru saja, yaitu Kecamatan Pekanbaru Kota, Kecamatan Sukajadi dan Kecamatan Senapelan.

Tabel 3.1
Data Penduduk Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan Tahun 2022

NO	Nama Kecamatan	Jumlah Penduduk	Jumlah Restoran Cepat saji
1	Pekanbaru Kota	22.604wa	21
2	Senapelan	35.357wa	22
3	Sukajadi	42.852 Jiwa	12

Sumber:: www.pekanbaru.go.id

Sejak tahun 2010, Pekanbaru sudah menjadi kota ketiga berpenduduk terbanyak di Pulau Sumatera , setelah Medan dan Palembang. Laju pertumbuhan yang cukup pesat, menjadi pendorong laju pertumbuhan penduduknya.

Etnis Minangkabau adalah masyarakat terbesar dengan jumlah 37,96% dari total penduduk kota. Mereka umumnya berkeja sebagai profesional dan pedagang. Selain itu ada etnis besar lainnya seperti Melayu, Jawa, Batak, dan Tionghoa.

Adapun masyarakat Tionghoa Pekanbaru pada umumnya merupakan pengusaha, pedagang, dan pelaku ekonomi. Selain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berasal dari Pekanbaru sendiri masyarakat Tioghoa juga berasal dari wilayah pesisir Riau seperti Selat Panjang, Bengkalis dan Bagansiapi-api. adapun masyarakat Jawa awalnya banyak didatangkan sebagai petani pada masa penjajahan tentara Jepang.

3. Agama

Di Kota Pekanbaru, agama Islam menjadi agama mayoritas, disamping itu juga terdapat agama Kristen, Budha, Hindu, Konghucu di Kota ini.

Tabel 3.2
Kelompok Agama yang Ada di Kota Pekanbaru Tahun 2022

Agama	Jumlah (%)
Islam	84,53
Protestan	10,24
Buddha	3,7
Katolik	1,5
Hindu	0,02
Konghucu	0,01

Sumber: Dukcapil Pekanbaru Tahun 2022

4. Perekonomian Kota Pekanbaru

Saat ini Kota Pekanbaru telah menjelma menjadi Kota Metropolitan, perkembangan perekonomian Pekanbaru sangat dipengaruhi oleh kehadiran perusahaan-perusahaan minyak, pabrik pulp dan kertas, perkebunan kelapa sawit serta industri kuliner makanan. Pekanbaru pada triwulan I 2020 mengalami peningkatan inflasi sebesar 0,79 % dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yang mencapai 0.30%



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Posisi Sungai Siak sebagai jalur perdagangan Pekanbaru telah memegang peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kota ini. Selain itu pada tahun 2018 awal munculnya beberapa pusat perbelanjaan seperti Mal Living World, Transmart, serta beberapa restoran cepat saji seperti Bugar King dan Mix Sue.

B. Batasan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yakni dilakukan dengan melakukan survei atau terjun langsung ke objek penelitian.

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Obyek penelitian yakni 100 orang konsumen non muslim yang ada di Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan.
2. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap konsumen non muslim dalam keputusan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru.⁵⁹

C. Sumber Data

Data mutlak diperlukan dan dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Dalam menjawab sebuah rumusan masalah, dibutuhkan data dari berbagai sumber. Data sendiri dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi atau angka dari hasil pencatatan suatu kejadian atau informasi yang digunakan dalam menjawab sebuah penelitian. Sedangkan sumber

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

data penelitian yaitu sumber subjek dari tempat dimana sumber itu bisa didapatkan atau mengenai dari mana data itu diperoleh.⁷⁶

Adapun sumber data yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden.⁷⁷ Pada penelitian ini sumber data primernya yaitu berupa hasil kuesioner

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari semua sumber yang ada. Data ini biasanya berasal dari data penelitian yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi, antara lain seperti dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan dan seterusnya.⁷⁸

Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah didapatkan dari berbagai sumber sebagai berikut:

- a. Buku-buku metode penelitian dan statistik
- b. Buku-buku ekonomi syariah dan pengantar teori ekonomi, khususnya terkait teori-teori yang ada dalam penelitian

⁷⁶ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep dan Penerapan I*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hlm. 72

⁷⁷ Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana), hlm. 155

⁷⁸ Rokhmat, *Metode*, hlm. 77



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Dokumen-dokumen, jurnal penelitian, serta artikel yang memuat permasalahan dalam penelitian, baik dari lembaga pemerintah maupun non pemerintah

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.⁷⁹ Populasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulan. Dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga maka peneliti membatasi populasi penelitian ini di tiga kecamatan yang ada di kota Pekanbaru saja, yaitu konsumen non muslim di Kecamatan Pekanbaru Kota, Sukajadi dan Senapelan.

2. Sampel

Sampel dapat di defenisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁸⁰

1). Penentuan Ukuran Sampel

Ukuran sampel adalah banyak individu, subjek atau elemen-elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk sampelnya. Karena keterbatasan waktu, dana, tenaga dan besarnya jumlah populasi. Oleh karena itu, peneliti mereduksi objek penelitian ini berdasarkan rumus slovin dengan taraf

⁷⁹ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 44

⁸⁰ *Ibid.*, hlm 45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,1 %).

Adapaun populasi dalam penelitian ini adalah 100.813 jiwa (jumlah keseluruhan penduduk tiga kecamatan yaitu Sukajadi, Pekanbaru Kota dan Senapelan), maka rumus slovin dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N (0,10)^2}$$

$$n = \frac{100.813}{1+100.813 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{100.813}{1.008,14}$$

$$n = 99,99 = 100 \text{ orang konsumen non muslim}$$

2). Penentuan Penarikan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dalam pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁸¹ *Accidental Sampling* menurut Sugiyono adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

⁸¹ Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: kencana, 2011), hlm. 155



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun pemilih sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan ketentuan:

- b. Konsumen Non Muslim
- c. Konsumen non muslim yang dapat 1 kali bahkan lebih dari sekali membeli makanan cepat saji dalam satu bulan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu teknik data yaitu menggunakan *Kuisisioner* (Angket).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet⁷⁰. Bila penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu tidak terlalu lama, maka pengiriman angket kepada responden tidak perlu melalui pos. Pada analisis ini, penulis mengumpulkan data yang diperoleh dari kuesioner dengan



menggunakan pembobotan dengan *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial, adapun *skala likert*, tingkat kebaikan responden terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan dalam angketdiklarifikasikan sebagai berikut:

- | | | |
|------------------------|-------|-----|
| 1. Sangat setuju | (SS) | = 5 |
| 2. Setuju | (S) | = 4 |
| 3. Netral | (N) | = 3 |
| 4. Tidak setuju | (TS) | = 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | (STS) | = 1 |

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan alat analisis data untuk pengujian hipotesis adalah *Partial Least Square* (PLS) menggunakan aplikasi perangkat lunak *SmartPLS versi 3.0M3*. *Partial Least Square* (PLS) suatu alat yang memiliki kemampuan yang baik untuk menguji model prediksi karena memiliki keunggulan yaitu tidak mendasarkan pada berbagai asumsi, dapat digunakan pada data yang mengalami masalah dengan asumsi klasik seperti tidak berkontribusi normal, masalah multikolinieritas dan masalah autokorelasi, dapat juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



digunakan untuk ukuran sample yang kecil dan bisa digunakan untuk konstruks formatif dan reflektif.⁸²

PLS adalah analisis persamaan *structural* berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran (*outer model*) sekaligus pengujian model structural (*inner model*). Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas melalui proses iterasi alogaritma sehingga dihasilkan parameter model pengukuran, termasuk ni R^2 sebagai ketepatan model prediksi. Sedangkan model struktural digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten melalui prose *bootstrapping* yang menghasilkan parameter uji t-statistik untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas.⁸³

Dalam *Structural Equation Model* (SEM) variabel kunci yang menjadi perhatian adalah variabel laten (*laten variabels*) atau konstruk laten. Variabel laten merupakan konsep asbrak, sebagai contoh: perilaku orang, sikap, keputusan, dan motivasi. Variabel laten ini hanya dapat diamati secara tidak langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel teramati. SEM mempunyai dua jenis variabel laten yaitu eksogen dan endogen. SEM membedakan kedua jenis variabel ini berdasarkan atas keikutsertaan mereka sebagai variabel terikat pada persamaan-persamaan dalam model. Variabel eksogen selalu muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Sedangkan variabel

⁸² Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2015). Hlm. 38

⁸³ *Ibid.*, hlm. 42

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

endogen merupakan variabel terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik *PLS* dengan melalui dua tahapan yaitu:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer Model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*), termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi.

- a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya serta dapat menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima dengan kriteria-kriteria tertentu. Prosedur pengujian validitas adalah *convergent validity* yaitu dengan mengkorelasikan skor item (*component score*) dengan *construct score* yang kemudian menghasilkan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan tinggi jika komponen berkorelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur.

Discriminant validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai *loading* dari setiap indikator variabel laten memiliki nilai *loading* yang paling

besar daripada nilai *loading* variabel laten lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara variabel lainnya dalam model. Untuk lebih jelas lagi dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 3.3
Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
<i>Convergent</i>	<i>Loading factor</i>	> 0,7
<i>Discriminant</i>	Korelasi variabel laten <i>Cross loading</i>	Nilai <i>loading</i> variabel laten > variabel laten lainnya > 0,7 dalam satu variabel

Kriteria validitas dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing- masing konstruk. Reliabilitas menyatakan sejauh mana hasil atau pengukuran dapat dipercaya serta memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai *composite reliability* di atas 0,7 dan AVE berada diatas 0,5 serta *cronbach's alpha* harus lebih dari 0,6. Perhatikan tabel di bawah ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.4
Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas

Parameter	Rule of Thumbs
<i>Composite reliability</i>	> 0,7
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,5
<i>Cronbachs Alpha</i>	> 0,6

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Model Struktural (*Inner Model*) merupakan model untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten.⁸⁴ Tujuan dari uji model struktural adalah untuk melihat korelasi antara konstruk yang diukur, yang juga merupakan uji t dari *PLS* itu sendiri. Model struktural dapat diukur dengan melihat nilai *R-Square imodel* yaitu untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Adapun kriteria batasan nilai *R-Square* sebesar 0,75 (kuat), 0,50 (moderat) dan 0,25 (lemah).⁸⁵

Kemudian langkah selanjutnya adalah estimasi koefisien jalur yang merupakan nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural yang diperoleh dengan *bootstrapping* dengan nilai yang dianggap signifikan, jika nilai t statistik lebih besar dari 1,29 (significance pada alpha 10) dengan kriterinya, sebagai berikut:

⁸⁴ *Ibid.*, hlm. 63

⁸⁵ Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), hlm. 77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Jika nilai t statistik $\geq t$ tabel maka pengaruh yang terjadi adalah signifikan dan hipotesis nol di tolak.
- b. Jika nilai t statistik $\leq t$ tabel maka pengaruh yang terjadi adalah tidak signifikan dan hipotesis nol diterima.

Kemudian, ada beberapa ketentuan atau perhitungan lain dalam model ini, yaitu:

- 1). *Prediction Relevance (Q-Square)*, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi tentang seberapa baik nilai yang dihasilkan. Nilai *Q-Square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Apabila nilai yang didapatkan 0,02 (kecil); 0,15 (sedang) dan 0,35 (besar).
- 2). *Effect Size (F-Square)*, digunakan untuk melihat pengaruh prediktor variabel laten pada level struktural. Adapaun interpretasi nilai *F-Square* yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil, 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.⁸⁶

⁸⁶ *Ibid.*, hlm. 81



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Non Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran Cepat Saji Bersertifikat Halal Di Kota Pekanbaru. Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian, dari pengujian hipotesis secara statistik dihasilkan nilai koefisien jalur sebesar 0.330 dan t hitung sebesar 3.383 lebih besar dari t tabel penelitian yaitu 1.290. pengujian hipotesis juga menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,1 Maka dapat disimpulkan bahwa faktor budaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru.
2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik dihasilkan nilai koefisien jalur sebesar -0.065 dan t hitung sebesar 0.628 lebih kecil dari t tabel penelitian yaitu 1.290. pengujian hipotesis juga menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.472 lebih besar dari 0.1. maka dapat disimpulkan bahwa faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan pada restoran cepat saji

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersertifikat halal di Kota Pekanbaru.

- 3 Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian, dari pengujian hipotesis secara statistik maka dihasilkan nilai koefisien sebesar 0.050 dan t hitung sebesar 0.503 lebih kecil dari t tabel penelitian yaitu 1.290. pengujian hioptesis juga mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.616 lebih besar dari 0.1. maka dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru.
- 4 Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik dihasilkan nilai keofisien jalur sebesar 0.493 dan t hitung sebesar 5.931 lebih besar dari t tabel penelitian yaitu 1.290. Kemudian dari pengujian hipotesis juga menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.1. maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen non muslim terhadap makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal di Kota Pekanbaru.

B. Saran

Hasil penelitian ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan keterbatasan. Oelh karean itu, adapaun kekurangan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini diharapkan dapat diperbaiki bagi penelitian di masa-masa yang akan datang. Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka dapat disampaikan beberapa saran dan rekomendasi kepada beberapa pihak



terkait sebagai berikut:

1. Kepada pihak pemerintah khususnya dinas atau instansi terkait untuk menindak tegas para pengusaha rumah makan atau restoran khususnya restoran cepat saji yang belum memiliki sertifikat halal untuk segera mengurus dan mesertifikasi produknya. Hal ini disebabkan oleh masih rendahnya kesadaran para produsen dalam mengaukan sertifikasi halal. Sehingga setiap restoran cepat saji khususnya tidak bisa semena-mena dalam menjual produknya yang tidak layak atau mengandung bahan zat adiktif kimia yang bisa membahayakan kesehatan.
2. Kepada pengelola restoran khususnya restoran cepat saji yang belum memiliki sertifikasi halal, diharapkan mampu bekerjasama dengan pihak atau lembaga terkait untuk segera mendaftarkan dan mengajukan permohonan sertifikasi halal produk. Dengan begitu maka keterjaminan produk secara kehalalannya bisa di pertanggungjawabkan di hadapan konsumen. Walaupun dalam penelitian ini dikhususkan kepada para konsumen non muslim, yang notabeneanya mereka tidak terlalu peduli dengan label dan sertifikat halal restoran, namun sebenarnya para konsumen non muslim berdasarkan penelitian ini juga banyak memilih berbelanja pada restoran yang sudah memiliki sertifikat halal, dikarenakan ingin terjaga dan terhindar dari jenis produk makanan yang tidak sehat dan tidak baik untuk kesehatan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagi para konsumen non muslim, diharapkan dengan adanya penelitian ini, bisa menjadikan pedoman dan pegangan bahwa pentingnya dalam memilih restoran cepat saji yang bersertifikat halal, karena kita tahu bahwa masih banyak restoran cepat saji diluar sana yang belum memiliki sertifikat halal, sehingga hal ini dapat mengancam kesehatan bagi tubuh kita. Bagaimanapun untuk mengukur baik tidaknya sebuah restoran untuk dipilih dalam berbelanja kebutuhan makanan dapat dilihat dari status restorannya yang sudah memiliki sertifikat halal atau belum memiliki srertifikat halal. Namun untuk tetap menjaga kewaspadaan dan keamanan dalam membeli makanan cepat saji yang dikenal kurang baik untuk kesehatan, maka solusinya para konsumen harus tetap melihat sertifikat halal dari restoran tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Amin, Ma'ruf. 2008. *Fatwa Dalam Sistem Hukum Islam*. Jakarta: eISAS
- Amstrong, dan Kotler. 2009. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Indeks
- Anwar, P. Mangkunegara. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Reflika Aditama
- Assauri, Sofian. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Departemen Agama RI. 2004. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hartono, Jogiyanto dan Willy Abdillah. 2015. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Hendrayadi, Suryani. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Jhon, Ilhalauw, Prasetijo dan Rsitiyanti. 2008. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- J. Nugroho, Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Julainsyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana
- Kanuk, Lazar Leslie dan Leon Schiffman. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, terj. Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Masrum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Miniard, Paul W. Dan Engel James F. Roger D. Blackwell. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara
- Minor, Michael dan Jhon C. Mowen. 2022. *Perilaku Konsumen* terj. Oleh Lina Salim. Jakarta: Erlangga
- Nasution, Edwin. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Naususatro, h. Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaani*. Bandung: Alfabeta
- Olson, J.C dan Peter J. Paul. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Ke-4*. Jakarta: Erlangga
- Philip, Kotler. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- _____. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Qordhawi, Yusuf. 2007. *Halal dan Haram Dalam Islam*. Surakarta: Era Internedia
- Sarawat. 2012. *Seri Fiqih Kehidupan: Kuliner*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing
- Setiadi, Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama
- Simamura, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Subagyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Kencana
- Sudhjana. 2010. *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Suharno. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sukarno, Sadono. 2009. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yoogyakarta: Graha Ilmu
- Wijaya, dan Irawan. 1996. *Pemasaran Prinsip dan Kasus Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumeni*. Jakarta: Kencana Apernada Media Group

INTERNET

<https://halalmui.org/>. Diakses pada tanggal 2 Mei 2023 pukul 14.00 WIB

<https://id.Wikipedia.org/pengetahuan/perilakukonsumen/artinya> . Diakses pada tanggal 2 Mei 2023 pukul 13.00 WIB

<https://Riau.bps.go.id/>. “Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru Dalam Angka 2022, diakses pada tanggal 23 Mei pukul 19.00 WIB

Kamus Besar Bahasa Indonesia *Online*

Wikipedia, “Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Penataan Kecamatan”. diakses pada tanggal 2 Juni 2023 pukul 13.00 WIB

JURNAL DAN TESIS

Edwar Muhammad dan Yuyun Solikhah. (2014). “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji KFC Lamongan”. *Jurnal Ekonomi*

Hetrinta, Norma. 2017. “Analisis Pengaruh Daya Tarik, Keterpercayaan Serta Keahlian Selebriti Endorser Terhadap Merek”. *Tesis*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro: Semarang

Maskurotin, Aina. 2010. “Analisis Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Kabupaten Pemekasan. *Jurnal Investasi*, Vol. 4 No.1

Munawir. 2018. “Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi Kasus Pada Konsumen *Pond'sCollection*). *Tesis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatra Utara

Mustafa. 2019. “Analsisi Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kasus Produk Bandeng Juwanan Semarang)”. *Jurnal Ekonomi Bisnis*

Novia, Hellen. 2018. “Perilaku dan Keputusan Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Surabaya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rhamulyo, Anjar dan Zulian Yamit. 2008. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Depok 1 di Sleman. *Tesis*. Universitas Islam Indonesia

Rasyid, Hamdan. 2015. "Peranan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Dalam Menjamin Kehalalan Makanan

Setiawan, Arif. 2016. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Peringsewu. *Tesis*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Bandung

Swatasha, Basu Dharmesta. "Loyalitas Pelanggan Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Peneliti". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14 No. 2

Wijaya, Sherly. 2017. "Studi Eksploratif Perilaku Mahasiswa UK. PETRA Dalam Memilih *Fast Food* Restaurant dan *Non Fast Food* Restaurant di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Universitas Kristen Petra: Surabaya



8. Seberapa sering Saudara/i berbelanja fast food restaurant dalam sebulan?

1 kali

6-10 kali

2-5 kali

lebih dari 10 kali

B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuisisioner ini.
2. Berilah tanda **Ceklis** (√) pada pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada Empat pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:
 - **Sangat Setuju (SS) : Nilai Skor 5**
 - **Setuju (S) : Nilai Skor 4**
 - **Netral atau Ragu (N/R) : Nilai Skor 3**
 - **Tidak Setuju (TS) : Nilai Skor 2**
 - **Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai Skor 1**

I. PERNYATAAN FAKTOR KEBUDAYAAN

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N/R	S	SS
1.	Saya mengkonsumsi produk makanan cepat saji karean sudah terbiasa mengkonsumsi produk tersebut sebagai pengganti nasi					
2.	Kebiasaan dalam mengkonsumsi makanan cepat saji yang dilakukan setiap hari menjadikan seseorang ketagihan dalam mengkonsumsi terus menerus					
3.	Perkembangan dan kemajuan budaya mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada makanan di restoran cepat saji					
4.	Saya mau membeli makanan karena di restoran ini menyediakan makanan halal					
5.	Saya membeli makanan di restoran ini karena berada dilingkungan tempat tinggal					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 4. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



II. PERNYATAAN FAKTOR SOSIAL

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N/R	S	SS
1.	Saya melakukan pembelian pada makanan cepat saji di restoran yang bersertifikat halal karena saran dari teman					
2.	Rumah makan atau restoran yang saya pilih dapat mewakili peran dan status di masyarakat					
3.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada makanan cepat saji agar dapat menggambarkan status sosial					
4.	Saya melakukan pembelian pada makanan cepat saji di restoran yang sudah memiliki sertifikat halal karena pengaruh keluarga					
5.	Suku atau ras mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada makanan restoran cepat saji bersertifikat halal					

III. PERNYATAAN FAKTOR PRIBADI

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N/R	S	SS
1.	Saya mengonsumsi produk restoran makanan cepat saji karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup saya.					
2.	Pekerjaan mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada restoran makanan cepat saji					
3.	Saya mengonsumsi produk makanan cepat saji yang bersertifikat halal karena dapat mencerminkan gaya hidup saya					
4.	Cita rasa yang ditawarkan pada restoran makanan cepat saji yang bersertifikat halal sangat sesuai dengan selera saya					
5.	Pendapatan atau budget sangat mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian makanan pada restoran cepat saji bersertifikat halal					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang Menquiti Sebagai Atau seluruh karena tulis ini tanpa Thencantikan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu ma
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



IV. PERNYATAAN FAKTOR PSIKOLOGIS

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N/R	S	SS
1.	Saya termotivasi mengonsumsi produk makanan cepat saji bersertifikat halal karena sehat dan rasanya yang enak					
2.	Kebutuhan hidup mempengaruhi saya dalam pembelian pada restoran makanan cepat saji bersertifikat halal					
3.	Saya mengonsumsi produk makanan cepat saji di restoran makanan cepat saji yang bersertifikat halal karena sesuai dengan keyakinan saya					
4.	Saya merasa puas setelah mengonsumsi makanan di restoran cepat saji yang mempunyai sertifikat halal					
5.	Saya mengonsumsi produk makanan cepat saji di rumah makan/restoran yang bersertifikat halal tersebut karena adanya pemahaman atas kandungan gizi pada produk tersebut					

V. PERNYATAAN VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N/R	S	SS
1.	Kesesuaian harga dengan cita rasa mempengaruhi saya dalam pembelian pada restoran makanan cepat saji di restoran cepat saji yang sudah bersertifikat halal					
2.	Keterjaminan gizi dan kesehatan dari produk makanan cepat saji yang dijual pada restoran cepat saji yang bersertifikat halal mempengaruhi saya dalam pembelian pada produk tersebut					
3.	Saya mencari informasi sehubungan dengan makanan cepat saji yang bersertifikat halal sebelum membelinya					
4.	Saya melakukan pembelian produk makanan di restoran makanan cepat saji yang bersertifikat halal karena informasi dan rekomendasi dari orang lain					

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c. Pengutipan harus mencantumkan dan menyebutkan sumber.

d. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

e. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

f. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

g. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

h. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

i. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

j. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

k. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

l. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

m. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

n. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

o. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

p. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

q. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

r. Pengutipan harus menggunakan kata-kata sendiri.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 2

Data Identitas Responden

Nama	Asal Kecamatan	Agama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	pendapatan/Penghasilan Per Bulan	Seberapa sering Beribadah Dalam Sebulan	Seberapa sering Beribadah Fastabul
Willy Simanbeon	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	600.000-1.000.000	6-10 kali	
Stephani Simargolani	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali	
Katrine Walensky	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali	
Dapoi Tri Pasarihu	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Pengusaha	Lebih dari 5000.000	6-10 kali	
Jeremia Pardede	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Pengusaha	1.500.000-5000.000	1 kali	
Putra Shombing	Senayolan	Kristen	13-20 Tahun	Laki-laki	Pelajar	600.000-1.000.000	2-5 kali	
Vernardo	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	1.500.000-5000.000	6-10 kali	
Omburjue Huiabeun	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	1.500.000-5000.000	6-10 kali	
Gabriel Pujaitan	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	100.000-5000.000	2-5 kali	
Valencia Yuliasari	Senayolan	Kristen	13-20 Tahun	Perempuan	Pelajar	600.000-1.000.000	2-5 kali	
Devina Meisari	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	1.500.000-5000.000	2-5 kali	
Desi Nataballa	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali	
Keza Simamora nicholas	Senayolan	Kristen	13-20 Tahun	Perempuan	Pelajar	100.000-5000.000	Lebih dari 10 kali	
Dianita Christiyanto	Senayolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Negeri	Lebih dari 5000.000	Lebih dari 10 kali	
Tiana Relawati	Senayolan	Kristen	13-20 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Lebih dari 5000.000	Lebih dari 10 kali	
Gresha Rivera	Senayolan	Budha	Lebih dari 41 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali	
					Pengusaha	Lebih dari 5000.000	Lebih dari 10 kali	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Deralis Sialahi	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Lebih dari 500.000	Lebih dari 10 kali
Hanna Bintang Simorang	Sempolan	Kristen	13-20 Tahun	Perempuan	Pelajar	100.000-500.000	2-5 kali
Yosia Roani	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	1.500.000-5.000.000	Lebih dari 10 kali
Yeko Jumanuel	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Lebih dari 10 kali	Lebih dari 10 kali
Novella Fortuna Silalahi	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Negeri	1.500.000-5.000.000	Lebih dari 10 kali
Rasmuda Napitupulu	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Lebih dari 500.000	Lebih dari 10 kali
Christina Ghoriani	Sempolan	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga dan lain-lain	Lebih dari 500.000	Lebih dari 10 kali
Jeser Manurung	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Negeri	1.500.000-5.000.000	1 kali
Angelia Christina	Sempolan	Kristen	13-20 Tahun	Perempuan	Pelajar	100.000-500.000	6-10 kali
Dicky Situmorang	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar	Lebih dari 500.000	6-10 kali
Renata Elisabeth	Sempolan	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Lebih dari 500.000	2-5 kali
Eli Indiyati Simanjuntak	Pekbaru Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga dan lain-lain	Lebih dari 500.000	2-5 kali
Maria Sihaban	Pekbaru Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Pengusaha	1.500.000-5.000.000	Lebih dari 10 kali
Rachel Putri Simanjuntak	Pekbaru Kota	Kristen	13-20 Tahun	Perempuan	Pelajar	100.000-500.000	2-5 kali
Kezia Tobing	Pekbaru Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Lebih dari 500.000	6-10 kali
Son James Marpaung	Pekbaru Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Perempuan	Pengusaha	Lebih dari 500.000	2-5 kali
Michel Situmorang	Pekbaru Kota	Kristen	31-40 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Lebih dari 500.000	6-10 kali
Dede Ryan Simanjuntak	Pekbaru Kota	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	1.500.000-5.000.000	2-5 kali
Shardy Tambunan	Pekbaru Kota	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Pengusaha	1.500.000-5.000.000	Lebih dari 10 kali
Nicholas Saichel Situmorang	Pekbaru Kota	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	100.000-500.000	1 kali
Irdan Siamuri	Pekbaru Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	1.500.000-5.000.000	6-10 kali
Audrey Prasitbu	Pekbaru Kota	Kristen	21-30 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Lebih dari 500.000	2-5 kali
Alex Fernando Sihaban	Pekbaru Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Laki-laki	Pegawai Negeri	1.500.000-5.000.000	6-10 kali
Victor Situmorang	Pekbaru Kota	Kristen	Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	1.500.000-5.000.000	2-5 kali



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Siska Simanjuntak	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	600.000,-1000.000	6-10 kali
Vicentia Lenny	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	100.000,-500.000	2-5 kali
Sophie Ghassan	Pekantan Kota	Kristen	13-20 Tahun	Lakt-lakt	Pelajar	100.000,-500.000	2-5 kali
Angelika Emily	Pekantan Kota	Budha	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	600.000,-1000.000	6-10 kali
Warwit Warwit	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	Pengasah Ibu Ruma' Tangger dan Ibu Ruma' Tangger dan Ibu Ruma' Tangger dan Ibu Ruma' Tangger dan	Lebih dari 500.000	Lebih dari 10 kali
Simey Troy Salqun	Pekantan Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Lakt-lakt	600.000,-1000.000	Lebih dari 10 kali	
Jeset Simbolon	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	100.000,-500.000	2-5 kali	
Grace Eserra	Pekantan Kota	Kristen	31-40 Tahun	Perenggan	Pengasah Ibu Ruma' Tangger dan Ibu Ruma' Tangger dan Ibu Ruma' Tangger dan	1.500.000,-500.000	Lebih dari 10 kali
Diana Paulita	Pekantan Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Perenggan	1.500.000,-500.000	6-10 kali	
Syria Lina Turjan	Pekantan Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Perenggan	Lebih dari 500.000	2-5 kali	
Beta Marwan	Pekantan Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Lakt-lakt	1.500.000,-500.000	2-5 kali	
Rivaldo Hartaja	Pekantan Kota	Kristen	Lebih dari 41 Tahun	Lakt-lakt	1.500.000,-500.000	2-5 kali	
Elgerson Natomei	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	1.500.000,-500.000	Lebih dari 10 kali	
Agus Simangunsang	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	1.500.000,-500.000	2-5 kali	
Ezin Manung	Pekantan Kota	Kristen	13-20 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	100.000,-500.000	2-5 kali
Arthio Tobias	Pekantan Kota	Kristen	13-20 Tahun	Lakt-lakt	1.500.000,-500.000	1 kali	
L. dya Simanora	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perenggan	100.000,-500.000	2-5 kali	
Montitiani Ambarita	Pekantan Kota	Kristen	13-20 Tahun	Perenggan	100.000,-500.000	2-5 kali	
Rose Mari	Pekantan Kota	Kristen	13-20 Tahun	Perenggan	100.000,-500.000	2-5 kali	
Rindu Nopitan	Pekantan Kota	Kristen	13-20 Tahun	Perenggan	100.000,-500.000	2-5 kali	
Karita Putri Tan	Pekantan Kota	Konghuchu	13-20 Tahun	Perenggan	Pelajar	100.000,-500.000	1 kali
Hana Stephanie	Pekantan Kota	Budha	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	600.000,-1000.000	2-5 kali
Candra Jonathan	Pekantan Kota	Konghuchu	13-20 Tahun	Lakt-lakt	Pelajar	100.000,-500.000	2-5 kali
Irawaty Antonang	Pekantan Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	1.500.000,-500.000	6-10 kali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Christina Monica	Fakultas Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perenguan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	6-10 kali
Rendi Silalahi	Fakultas Kota	Kristen	31-40 Tahun	Perenguan	Wirawacis	1.500.000-5.000.000	2-5 kali
Rival Cahriel	Fakultas Kota	Kristen	13-20 Tahun	Lakt-lakt	Pelajar	100.000-500.000	2-5 kali
Charles Oliviana	Fakultas Kota	Budha	13-20 Tahun	Perenguan	Pelajar	100.000-500.000	6-10 kali
Lissa	Fakultas Kota	Kristen	21-30 Tahun	Perenguan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali
Ezronita Siumorang	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	Wirawacis	1.500.000-5.000.000	2-5 kali
Andi Zahara	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Lakt-lakt	Pelajar	100.000-500.000	1 kali
Fransiska Putri	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Perenguan	Pelajar	100.000-500.000	2-5 kali
Priskita Samudra	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Perenguan	Pelajar	100.000-500.000	6-10 kali
Zafira Handani	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenguan	Wirawacis	Lebih dari 5.000.000	6-10 kali
Ricky David Silalahi	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali
Hisaria	Sakti di	Kristen	31-40 Tahun	Perenguan	Ibu Rumah Tangga dan Karyawan	1.500.000-5.000.000	2-5 kali
Andia Simanung	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenguan	Pegawai Swasta	1.500.000-5.000.000	6-10 kali
Sharna Elizabeth	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Perenguan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	6-10 kali
Serlin Astria Siumorang	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Perenguan	Pelajar	100.000-500.000	2-5 kali
Sireen Febranzio	Sakti di	Budha	21-30 Tahun	Perenguan	Pegawai Swasta	1.500.000-5.000.000	6-10 kali
Winda Sibombing	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenguan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	6-10 kali
Sofya Novyanda	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Perenguan	Pelajar	100.000-500.000	2-5 kali
Eric Christian Manik	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Lakt-lakt	Pelajar	100.000-500.000	6-10 kali
Steba Febora Pangsi	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenguan	Wirawacis	Lebih dari 5.000.000	Lebih dari 10 kali
Surya Dharma	Sakti di	Budha	13-20 Tahun	Lakt-lakt	Pelajar	100.000-500.000	2-5 kali
Angelina Prasetyo	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenguan	Mahasiswa	1.500.000-5.000.000	Lebih dari 10 kali
Yahis Sahan	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	Wirawacis	1.500.000-5.000.000	6-10 kali
Julus Purni Siregar	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	Wirawacis	1.500.000-5.000.000	6-10 kali
Vanderson Tampubolon	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Lakt-lakt	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Farisya Reza Nopuriah	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Perenggan	Pelajar Ibu Rumah Tangga dan Ibu-ibu	600.000-1.000.000	Lebih dari 10 kali
Icah Situmorang	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali
David Sjaham	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Lab-Elab	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali
Septine Percenta	Sakti di	Kristen	13-20 Tahun	Perenggan	Pelajar	600.000-1.000.000	6-10 kali
Adella Shabih	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenggan	Wiraswasta	1.500.000-5.000.000	2-5 kali
Priscilla Anggra	Sakti di	Budha	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	6-10 kali
Genesa	Sakti di	Budha	21-30 Tahun	Perenggan	Mahasiswa	600.000-1.000.000	2-5 kali
Diana Citra Shambing	Sakti di	Kristen	21-30 Tahun	Perenggan	Ibu Rumah Tangga dan Ibu-ibu	600.000-1.000.000	6-10 kali
Carolina Alveca	Sakti di	Budha	21-30 Tahun	Perenggan	Ibu Rumah Tangga dan Ibu-ibu	600.000-1.000.000	6-10 kali
Yosep Marpaung	Sakti di	Kristen	31-40 Tahun	Lab-Elab	Wiraswasta	1.500.000-5.000.000	2-5 kali

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

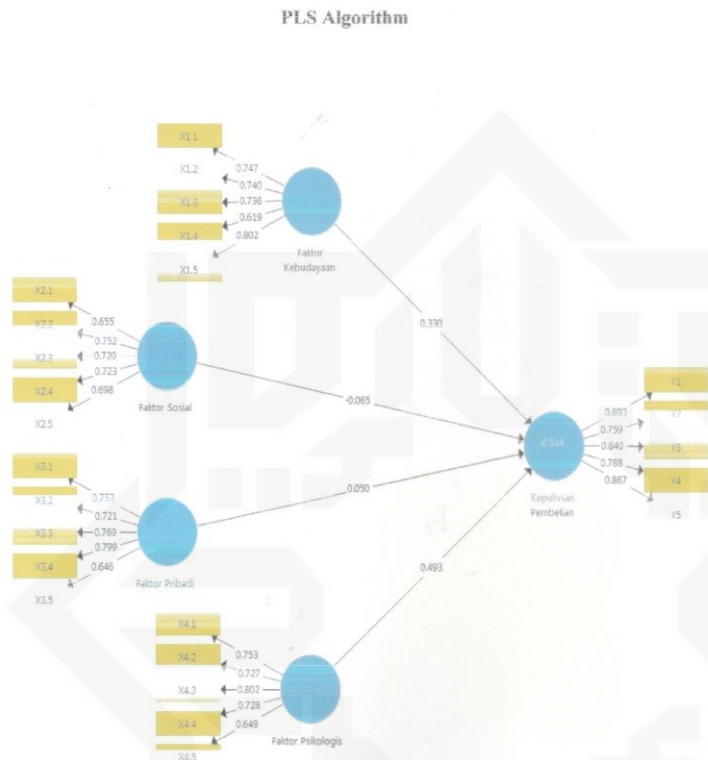
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

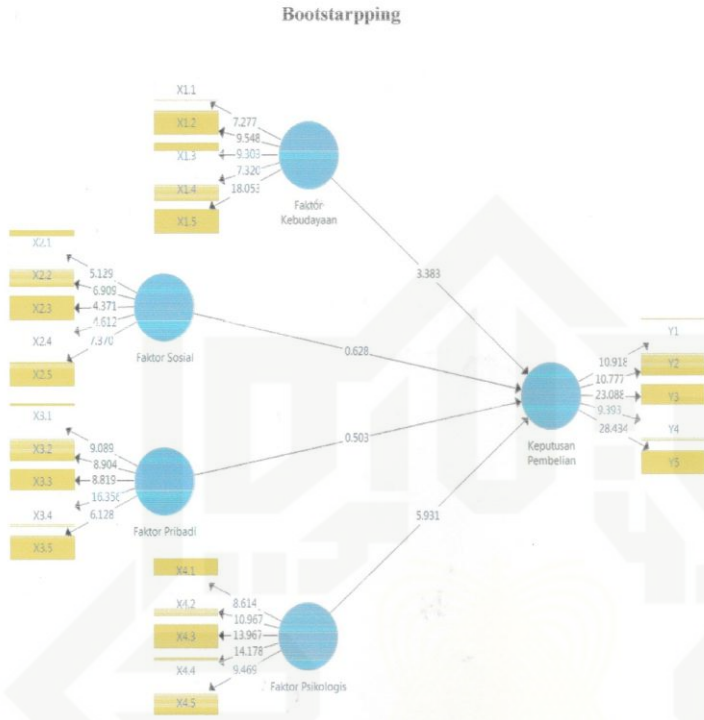
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3
Output SmartPLS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Outer Loading

Indikator	Outer Loading				
	Faktor Budaya	Faktor Pribadi	Faktor Psikologis	Faktor Sosial	Keputusan Pembelian
X1.1	0.747				
X1.2	0.740				
X1.3	0.736				
X1.4	0.619				
X1.5	0.802				
X2.1				0.655	
X2.2				0.752	
X2.3				0.720	
X2.4				0.723	
X2.5				0.698	
X3.1		0.752			
X3.2		0.721			
X3.3		0.769			
X3.4		0.799			
X3.5		0.646			
X4.1			0.753		
X4.2			0.727		
X4.3			0.802		
X4.4			0.728		
X4.5			0.649		
Y1					0.693
Y2					0.759
Y3					0.840
Y4					0.788
Y5					0.867

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cross Loading

Indikator	Faktor Kebudayaan	Faktor Pribadi	Faktor Psikologis	Faktor Sosial	Keputusan Pembelian
X1.1	0.747	0.448	0.424	0.554	0.357
X1.2	0.740	0.500	0.392	0.571	0.424
X1.3	0.736	0.465	0.302	0.456	0.347
X1.4	0.619	0.181	0.285	0.430	0.367
X1.5	0.802	0.415	0.482	0.542	0.544
X2.1	0.604	0.288	0.355	0.655	0.325
X2.2	0.543	0.465	0.340	0.752	0.366
X2.3	0.441	0.508	0.273	0.720	0.251
X2.4	0.415	0.506	0.296	0.723	0.195
X2.5	0.427	0.494	0.341	0.698	0.308
X3.1	0.447	0.752	0.398	0.547	0.336
X3.2	0.371	0.721	0.426	0.399	0.308
X3.3	0.416	0.769	0.361	0.508	0.303
X3.4	0.444	0.799	0.429	0.503	0.458
X3.5	0.348	0.646	0.533	0.350	0.316
X4.1	0.508	0.610	0.753	0.389	0.476
X4.2	0.393	0.410	0.727	0.432	0.379
X4.3	0.387	0.398	0.802	0.320	0.450
X4.4	0.340	0.379	0.728	0.341	0.567
X4.5	0.310	0.325	0.649	0.223	0.516
Y1	0.348	0.365	0.578	0.396	0.693
Y2	0.415	0.375	0.508	0.275	0.759
Y3	0.505	0.410	0.567	0.332	0.840
Y4	0.453	0.367	0.466	0.311	0.788
Y5	0.533	0.368	0.512	0.367	0.867

Construct Validity dan Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Faktor Kebudayaan	0.782	0.802	0.851	0.535
Faktor Pribadi	0.793	0.811	0.857	0.547
Faktor Psikologis	0.785	0.785	0.853	0.538
Faktor Sosial	0.758	0.760	0.835	0.504
Kep. Pembelian	0.849	0.853	0.893	0.627

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

R-Square

Variabel	R Square	R Square
Keputusan Pembelian	0.514	0.493

Result For Inner Weights

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O-STDEV)/V)	P Values
Faktor Budaya > Kep. Pembelian	0.330	0.312	0.098	3.383	0.001
Faktor Pribadi > Kep. Pembelian	0.050	0.045	0.100	0.503	0.615
Faktor Psikologis > Kep. Pembelian	0.493	0.498	0.083	5.931	0.000
Faktor Sosial > Kep. Pembelian	-0.065	-0.028	0.103	0.628	0.

F-Square

Variabel	Keputusan Pembelian
Faktor Kebudayaan	0.102
Faktor Pribadi	0.003
Faktor Psikologis	0.301
Faktor Sosial	0.004

Q-Square

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Keputusan Pembelian	500.000	354.449	0.291



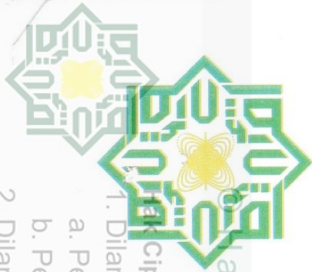
© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id> Email : pasca@uin-suska.ac.id

Nomor : B-1471/Un.04/Ps/HM.01/05/2023 Pekanbaru, 04 Mei 2023
 Lamp. : 1 berkas
 Hal : Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Kepada
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
 Satu Pintu Prov. Riau
 Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: Regi Josianta
NIM	: 22190313354
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: IV (Empat) / 2023
Judul Tesis/Disertasi	: Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim terhadap keputusan pembelian makanan restoran cepat saji pekanbaru

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari Kecamatan pekanbaru kota, sukajadi dan senapelan

Waktu Penelitian: 3 Bulan (04 Mei 2023 s.d 04 Agustus 2023)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasalam
 Kuasa Direktur,

 Dr. Hj. Zaltun, M.Ag
 NIP. 19700121 199703 1003

Tembusan:
 Yth. Rektor UIN Suska Riau

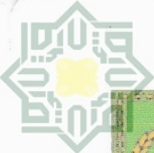
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dilarang Diinldungi Undang-Undang

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/56181
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau, Nomor : B-1471/Un.04/Ps/HM.01/05/2023 Tanggal 4 Mei 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | REGI JOSIANTA |
| 2. NIM / KTP | : | 22190313354 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Konsentrasi | : | - |
| 5. Jenjang | : | S2 |
| 6. Judul Penelitian | : | ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN NON MUSLIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN RESTORAN CEPAT SAJI BERSERTIFIKAT HALAL DI KOTA PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 12 Mei 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

مرکز تطوير اللغات لجامعة سلطان شريف قاسم الإسلامية الحكومية ريبونج

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

REGI JOSIANTA

achieved the following scores on the

TOAFL Prediction Test

(Test of Arabic as a Foreign Language)

Listening Comprehension : 47
Structure & Written Expressions : 52
Reading Comprehension : 38
Overall Score : 457

Expired Date: June 10, 2025

TOAFL Prediction Test® Certificate is provided by
Center for Language Development of State Islamic University of
Sultan Syarif Kasim Riau. The scores and information presented
in this score report are approved.

Address: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28124
WA: +6281261656566
Email: pb@uin-suska.ac.id
Website: www.pb.uinsuska.ac.id
NUMBER: 04.04.2708.02.2.000145

Date of Birth: May 28, 1998

ID Number: 2290313354

Sex: Male

Test Form: Online Test

Date of Test: June 10, 2023

Promadi, Ph.D.

Reg. No: 19640827 199103 1 009

The Director of Center for Language Development





CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
جامعة إيسلامية الحكومية ريبا

© Hak cipta milik

مرکز تطوير اللغات لجامعة سلطان شريف قاسم الإسلامية الحكومية ريبا



UIN SUSKA RIAU
PUSAT PEMBANGUNAN BAHASA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

REGI JOSIANTA

achieved the following scores on the

TOEFL Prediction Test

Listening Comprehension : 38
 Structure & Written Expressions : 40
 Reading Comprehension : 58
Overall Score : 453

Expired Date: *May 13, 2025*

TOEFL Prediction Test® Certificate is provided by
 Center for Language Development of State Islamic University of
 Sultan Syarif Kasim Riau. *The scores and information presented
 in this score report are approved.*

Address: Jl. KH. Alimad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28124
 WA: +6281261656566
 Email: pb@uin-suska.ac.id
 Website : www.pb.uin-suska.ac.id
 Number : 04.04.2708.02.1.000335

Date of Birth: **May 28, 1998**
 Students Number: **22190313354**
 Sex: **Male**
 Test Form: **Online Test**
 Date of Test: **May 13, 2023**

Promadi, Ph.D

Reg. No: 19640827 199103 1 009

The Director of Center for Language Development



© Hak cipta UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

KARTU KONTROL KONSULTASI

BIMBINGAN TESIS / DISERTASI MAHASISWA

NAMA : REGI JOSANTA
 NIM : 2219031354
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
 KONSENTRASI :
 PEMBIMBING I / PROMOTOR : Dr. TRIAN ZULHAQI, S.E., M.Ec.
 PEMBIMBING II / CO PROMOTOR : Dr. MULIA SOSIADY
 JUDUL TESIS/DISERTASI : Analisis faktor-faktor yang Me-
 ngengaruhi Perilaku Konsumen Non-
 Muslim Terhadap Keputusan Pembeli-
 an makanan Pede Kelentolan cepat saji
 Bersertifikat Halal di Pekanbaru.

PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan harus menunjukkan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS/ DISERTASI

b. Penelitian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor *	Paraf Pembimbing / Promotor	Keterangan
1.	11/04/2023	mulut & gigi	[Signature]	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2.	18/04/2023	- Pemasangan pulbaki - Jadwal partur - dan fineta.	[Signature]	
3.	9/05/2023	- satu pete - Baran mod - diperbal	[Signature]	
4.	23/05/2023	[Diagram]	[Signature]	
5.	10/06/2023	Hipotenri yaku S, partikel do faukt.	[Signature]	
6.	16/06/2023	Ace	[Signature]	

Catatan :
*Coret yang tidak perlu

Pekanbaru, 16/06.....2023
Pembimbing II / Co Promotor*

Dr. M. S. FOSIAR

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor *	Paraf Pembimbing / Promotor	Keterangan
1.	9/04/2023	- Perbaiki kurus red - kawat besi & transdrombah - bagian tes dabum	[Signature]	
2.	16/04/2023	- kawat besi - bagian faktor psikosis	[Signature]	
3.	6/05/2023	- Kajian Ulatair selam - kembang	[Signature]	
4.	19/05/2023	Bats UV - cekungan gambar - untuk kawat penelitian - kawat AP PIS	[Signature]	
5.	14/06/2023	- Analisis dan pembedaan - huffah hasil penelitian - Variabel faktor penelitian	[Signature]	
6.	15/06/2023	ACE Unioe diinjektan Fe Sidiang tesis	[Signature]	

Catatan :
*Coret yang tidak perlu

Pekanbaru, 15/06.....2023
Pembimbing I / Promotor*

Dr. TEJAN ZULHADI, S.E., M.F.



KEMENTERIAN AGAMA RI
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
 كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

**KARTU KONTROL MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL / TESIS / DISERTASI
 PASCASARJANA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

NAMA : REGI JOSIANTA
 NIM : 22190813354
 PRODI : Magister Ekonomi Syariah
 KONSENTRASI : _____

NO	HARI/TGL	JUDUL PROPOSAL / TESIS / DISERTASI	PESERTA UJIAN	PARAF SEKRETARIS
	29/05-2023	Faktor-faktor yang mempengaruhi Adopsi Inovasi Nasabah BSI di Kota Pekanbaru	Moh. Abd. Arif	[Signature]
	-11-	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat guru untuk menggunakan asuransi syariah di Kota Pekanbaru	Handry Cahyopi	[Signature]
	06/05-2023	Pengaruh Persepsi Reap, Resgitasitas, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk skincare remaja pria di Pekanbaru	Dendaroza	[Signature]
	-11-	Pengaruh praktik reba, gharah dan puffedikasi harga kaskas saat terhadap kesjahteraan pabau di Kota inhu	Magawati	[Signature]
	-11-	Pengaruh citra Merek dan Kredibilitas terhadap Loyaltites Pelanggan dg sertifikasi Brand sebagai Variabel moderating pada Produk Pirozen food Merek Unmeani	Stamet Eko. K	[Signature]

Pekanbaru, 15/06 2023
 Ka. Prodi,

[Signature]

Dr. Trian Zulhadi, SE, M. Ec
 NIP.19760211 200710 1 002

1. Kartu ini dibawa setiap kali mengikuti ujian.
 2. Setiap mahasiswa wajib menghadiri minimal 5 kali seminar proposal, thesis dan disertasi
 3. Sebagai syarat ujian Proposal, tesis dan Disertasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 a. Pengutipan harus mencantumkan nama penulis, judul karya tulis, nama instansi, dan tahun terbit.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan keselamatan umum dan menghormati hak cipta orang lain.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



CURRICULUM VITAE



DATA PRIBADI

Nama : Regi Josianta,. S.Ag
 Tempat, Tanggal Lahir : Kampung Baru, 29 Mei 1998
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Agama : Islam
 Tinggi Badan : 170 Cm
 Berat Badan : 60 Kg
 Alamat KTP : Kampung Baru, RT 001/RW 011, Kec. Gunung Toar, Kab. Kuantan Singingi, Prov. Riau.
 Status : Belum Menikah
 No. Handphone/WA : -
 Email : regipku56@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

- Sekolah Dasar (SD) : SDN 007 Kampung Baru (2005-2010)
- SLTP : MTS PP. Nurul Islam Kampung Baru (2010-2013)
- SLTA : MAS PP. Nurul Islam Kampung Baru (2013-2016)
- Perguruan Tinggi : Univeristas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2016-2020)

PENGALAMAN ORGANISASI

- Ketua OSIS MTS PP. Nurul Islam Kampung Baru (2011-2012)
- Ketua Osis MAS. PP. Nurul Islam Kampung Baru (2014-2015)
- Anggota Dewan kerja Ranting (DKR) Kec. Gunung Toar (2014-2016)
- Anggota Divisi Kominfo BEM Fakultas Ushuluddin UIN Suska Riau (2017-2018)
- Kepala Divisi Kominfo BEM Fakultas Ushuluddim UIN Suska Riau (2018-2019)
- Anggota Komunitas Riset Penalaran dan Ilmiah (KRISTAL) UIN Suska Riau (2018-2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Jurnalis dan penulis dilarang menyalin, mengutip, atau menggunakan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau. Hak cipta ini milik UIN Suska Riau. Penyalinan atau penggunaan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: 1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menggunakan sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.