

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Gambaran umum subjek penelitian memberikan informasi deskriptif mengenai profil responden yang menjadi subyek pada penelitian ini yaitu warga muslim berusia 17 tahun ke atas serta berdomisili di area mayoritas dan minoritas Kota Yogyakarta yang berjumlah 100 responden.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini adalah warga muslim berusia 17 tahun ke atas yang berdomisili di Kelurahan Purbayan (mayoritas muslim) dan Ngupasan (minoritas muslim). Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

TABEL 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kelurahan	Jenis Kelamin		Jumlah Sampel
	Laki-laki	Perempuan	
Purbayan	15	57	72
Ngupasan	5	23	28
Jumlah Sampel	20	80	100

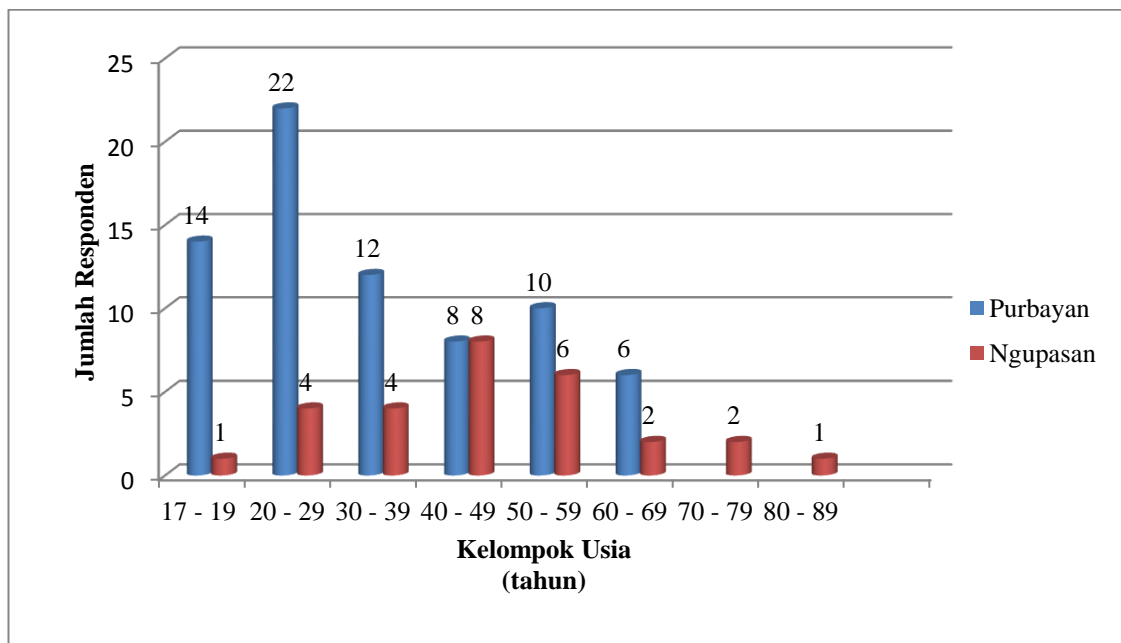
Sumber: Lampiran 4 Data Karakteristik Responden

Tabel di atas menunjukkan dari total 100 reponden sebanyak 72 orang (72%) berdomisili di Kelurahan Purbayan (mayoritas muslim) dan 28 orang (28%) berdomisili di Kelurahan Ngupasan (minoritas muslim). Di mana di masing-masing area jumlah responden

perempuan lebih banyak dibanding laki-laki. Terlihat di Purbayan (mayoritas muslim) dari total 72 responden, 57 responden adalah perempuan. Sementara itu di Ngupasan (minoritas muslim), dari total 28 responden, 25 responden adalah perempuan. Dapat disimpulkan pada penelitian ini total responden perempuan lebih banyak dibanding laki-laki yaitu 80 dibanding 20 responden.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini terdiri dari berbagai usia mulai dari 17 tahun ke atas yang berdomisili di Kelurahan Purbayan (mayoritas muslim) dan Ngupasan (minoritas muslim). Adapun rentang usia responden disajikan pada gambar berikut:



Sumber : Lampiran 4 Data Karakteristik Responden

Gambar 4.1
Data Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.1 memperlihatkan usia responden yang bervariasi, dari kelompok usia 17 tahun hingga kelompok usia 80 tahun. Pada penelitian ini, dari 100 responden, usia responden terbanyak merupakan kelompok usia 20–29 tahun yaitu 26 responden. Melihat sebaran usia responden dari kedua area, responden Purbayan (mayoritas muslim) memiliki kelompok usia muda yang lebih banyak dibanding Ngupasan (minoritas muslim) jika dilihat dari kelompok usia responden terbanyak. Responden Purbayan (mayoritas muslim) didominasi di kelompok usia 20–29 tahun yang berjumlah 22 responden, sementara itu responden Ngupasan (minoritas muslim) terbanyak merupakan kelompok usia 40–49 tahun yang berjumlah 8 responden.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendapatan per bulan yang bervariasi pada sesuai dengan kondisi ekonomi di kedua daerah yaitu Kelurahan Purbayan sebagai area mayoritas muslim dan Kelurahan Ngupasan sebagai area minoritas muslim. Berikut tingkat pendapatan per bulan di kedua kelurahan :

TABEL 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan per bulan	Purbayan	Ngupasan	Jumlah Sampel
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	37	14	51
Rp. 1000.000 – Rp. 1.500.000	10	3	13
Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000	10	4	14
> Rp. 2.000.000	15	7	22
Jumlah Sampel	72	28	100

Sumber: Lampiran 4 Data Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel di atas, pendapatan per bulan terbanyak di Purbayan (mayoritas muslim) adalah Rp.500.000–Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 37 responden dari total 72 responden. Sementara itu hal sama ditunjukkan di Kelurahan Ngupasan (minoritas muslim) di mana sebanyak 14 responden memiliki pendapatan per bulan Rp. 500.000–Rp. 1.000.000 dari total 28 responden. Oleh sebab itu dapat disimpulkan pada penelitian ini pendapatan per bulan paling banyak adalah Rp. 500.000–Rp. 1.000.000 (51 responden) sementara itu paling sedikit adalah Rp. 1000.000 – Rp. 1.500.000 (13 responden) .

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan formal yang berbeda mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi baik yang berdomisili di Kelurahan Purbayan (mayoritas muslim) dan Ngupasan (minoritas muslim). Tingkat pendidikan formal terakhir disajikan pada tabel berikut:

TABEL 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Kelurahan	Tingkat Pendidikan Terakhir				Jumlah Sampel
	SD	SMP	SMA	PT	
Purbayan	6	12	37	17	72
Ngupasan	8	2	12	6	28
Jumlah Sampel	14	14	49	23	100

Sumber: Lampiran 4 Data Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel di atas, tingkat pendidikan terakhir terbanyak di Purbayan (mayoritas muslim) adalah SMA yaitu sebanyak 37 responden dari total 72 responden. Sementara itu hal sama ditunjukkan di Kelurahan Ngupasan (minoritas muslim) di mana sebanyak 12 responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA dari total 28 responden. Oleh sebab itu dapat disimpulkan pada penelitian ini tingkat pendidikan terakhir responden paling banyak adalah SMA (49 responden) sementara itu paling sedikit adalah SD dan SMP (dengan jumlah yang sama yaitu 14 responden..

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Religiusitas

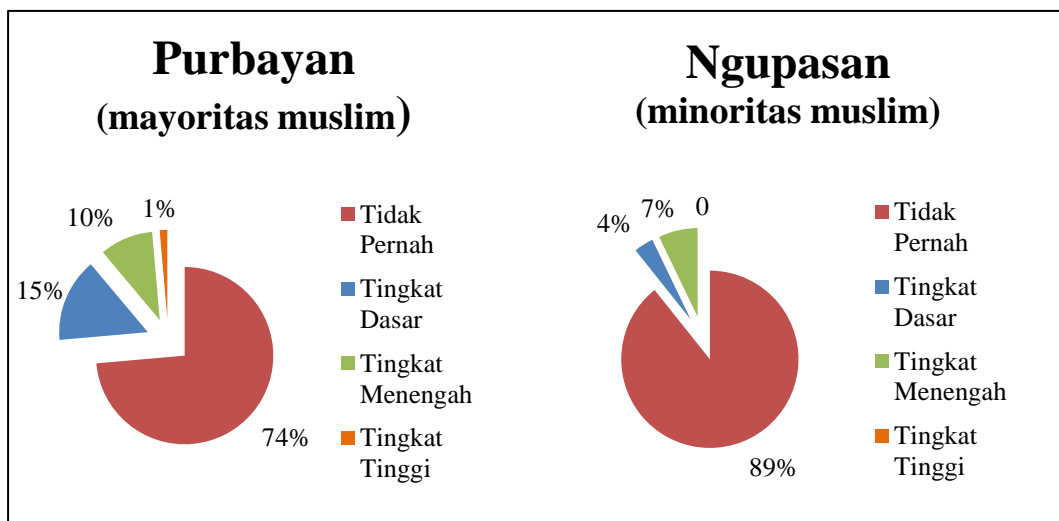
Tingkat religiusitas responden pada penelitian ini diukur dari latar belakang pesantren mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi di Kelurahan Purbayan (mayoritas muslim) dan Ngupasan (minoritas muslim). Berikut data responden yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren di kedua kelurahan:

TABEL 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Religiusitas

Kelurahan	Pendidikan		Jumlah Sampel
	Pesantren	Non Pesantren	
Purbayan	19	53	72
Ngupasan	3	25	28
Jumlah Sampel	22	78	100

Sumber: Lampiran 4 Data Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel di atas, ada sebanyak 22 responden yang berlatar belakang pendidikan pesantren: 19 dari Purbayan (mayoritas muslim) dan 3 responden dari Ngupasan (minoritas muslim). Sementara itu 78 responden berlatar pendidikan non pesantren: 53 responden dari Kelurahan Purbayan (mayoritas muslim) dan 25 dari Kelurahan Ngupasan (minoritas muslim). Adapun persentase responden berdasarkan tingkat religiusitas dilihat dari latar belakang pendidikan pesantren disajikan pada gambar berikut.



Sumber : Lampiran 4 Data Karakteristik Responden

GAMBAR 4.2

Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Religiusitas

Gambar 4.2 menunjukkan profil komposisi responden berdasarkan tingkat religiusitas yang dilihat dari latar belakang pendidikan pesantren yang pernah ditempuh. Responden di Purbayan (mayoritas muslim) yang tidak pernah menempuh pendidikan pesantren sebanyak 74% dari total responden. Proporsi ini lebih sedikit jika dibanding responden

berlatar belakang pendidikan non pesantren di Ngupasan (minoritas muslim) yaitu 89% dari total responden. Dari komposisi responden di atas terlihat jika pendidikan pesantren didominasi oleh tingkat dasar dibanding tingkat pendidikan lainnya. Hal ini mungkin terkait penanaman nilai religiusitas sejak dini di kedua area. Melihat komposisi pada gambar, dapat disimpulkan masih rendahnya responden yang memiliki latar belakang pesantren meskipun kota Yogyakarta merupakan mayoritas penduduknya merupakan muslim.

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dibutuhkan dalam penelitian untuk menguji sejauhmana alat pengukur yang kita gunakan valid atau mampu mengukur secara tepat apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi perilaku kontrol adalah alat pengukur yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumen. Uji validitas dilakukan menggunakan program *SPSS 16.00 for windows*. Berikut hasil perhitungannya:

TABEL 4.5
Hasil Uji Validitas

Sikap		
No	Sig.	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,000	Valid

Norma Subjektif		
No	Sig.	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
Persepsi Kontrol Perilaku		
No	Sig.	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,000	Valid
7	0,000	Valid
8	0,000	Valid
9	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menunjukkan seluruh *item* pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid karena menunjukkan tingkat signifikansi atau kesalahan $\leq 0,05$. Artinya seluruh item pernyataan pada kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana konsistensi dari alat pengukur yang kita gunakan. Pada penelitian ini adalah variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

TABEL 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Alpha</i>	Keterangan
1	Sikap	0,674	Reliabel
2	Norma Subjektif	0,843	Reliabel
3	Persepsi Kontrol Perilaku	0,913	Reliabel

Sumber: Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku reliabel dikarenakan nilai *Chronbach Alpha* $\geq 0,60$.

C. Hasil Penelitian

1. Perbandingan Perilaku Konsumen di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim

Penelitian ini dilakukan pada dua area di Kota Yogyakarta. Kelurahan Purbayan sebagai area mayoritas muslim dan Kelurahan Ngupasan sebagai area minoritas muslim. Di mana populasi pada penelitian ini adalah warga muslim berusia 17 tahun ke atas yang berdomisli di kedua area tersebut. Penelitian ini mengukur perilaku konsumen muslim yang diketahui dari data sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Pada bagian ini akan dideskripsikan angka rata-rata dari masing-masing variabel yang didapatkan dari pengisian kuesioner penelitian oleh responden. Selanjutnya dilakukan analisis menggunakan *Independent sample t test* untuk menguji perbedaan dua kelompok sampel mayoritas muslim (Purbayan) dengan sampel minoritas muslim (Ngupasan). Berikut hasil yang diperoleh:

TABEL 4.7
 Nilai Rata-Rata Perilaku Konsumen
 dan Hasil Uji *Independent Sample t Test*
 di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim

No	Indikator	Nilai Rata-rata		Sig.
		Purbayan (Mayoritas Muslim)	Ngupasan (Minoritas Muslim)	
	SIKAP			
1.	Membeli roti dan kue yang bersertifikat halal MUI	4,46	4,29	0,288
2.	Membeli roti dan kue yang bersertifikat halal selain label MUI	3,56	3,57	0,947
3.	Memakan roti dan kue halal pilihan sendiri	4,31	4,14	0,312
4.	Halal pertimbangan utama mengonsumsi	4,61	4,54	0,588
5.	Tulisan “Halal” menjadi pertimbangan utama memilih toko roti dan kue	4,42	4,29	0,527
6.	Toko roti dan kue muslim menjadi pertimbangan utama memilih	4,11	4,25	0,429
	Total	4,25	4,18	0,621
	Persentase	85%	84%	
	NORMA SUBJEKTIF			
1.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan keluarga	2,93	3,96	0,000
2.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan masyarakat	2,82	2,68	0,546
3.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan pemerintah	2,75	2,89	0,543
4.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan pemuka agama	3,11	3,79	0,008
	Total	2,90	3,33	0,036
	Persentase	58%	67%	
	PERSEPSI KONTROL PERILAKU			
1.	Label halal harus terlihat jelas	4,31	4,46	0,280
2.	Mengonsumsi roti dan kue karena ajaran agama	4,44	4,61	0,347
3.	Mendorong keluarga mengonsumsi roti dan kue halal	4,29	4,54	0,089
4.	Mendorong kerabat mengonsumsi roti dan kue halal	4,21	4,32	0,460
5.	Mendorong sahabat mengonsumsi roti dan kue halal	4,22	4,14	0,619

No	Indikator	Nilai Rata-rata		Sig.
		Purbayan	Ngupasan	
		(Mayoritas Muslim)	(Minoritas Muslim)	
6.	Mendorong teman mengonsumsi roti dan kue halal	4,11	4,21	0,541
7.	Mendorong pemuka agama mengonsumsi roti dan kue halal	3,81	3,89	0,687
8.	Mendorong komunitas/masyarakat mengonsumsi roti dan kue halal	3,97	4,11	0,427
9.	Melakukan kontrol terhadap konsumsi roti dan kue halal	4,14	4,39	0,132
	Total	4,17	4,30	0,309
	Persentase	83%	86%	

Sumber : Lampiran 6 Tabulasi Data Kelompok Responden dan Lampiran 7 Hasil Analisis Kelompok Area

a. Sikap

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata sikap responden di Purbayan (mayoritas muslim) sebesar 4,25 (85%) lebih besar dibanding di Ngupasan (minoritas muslim) sebesar 4,18 (84%). Keduanya menunjukkan sikap responden yang sangat baik dalam mengonsumsi roti dan kue halal. Hal sangat positif ditunjukkan pada pernyataan halal pertimbangan utama mengonsumsi. Nilai ini paling tinggi di antara indikator pengukuran sikap lainnya. Artinya dibanding faktor lain dalam pembelian produk roti dan kue halal, kehalalan produk itu sendiri masih menjadi alasan utama konsumen memilih produk roti dan kue halal.

Sementara itu, diketahui hasil uji *Independent sample t test* pada variabel sikap memiliki probabilitas 0,621. Angka tersebut

lebih besar dari α yang dipersyaratkan yaitu 0,05. Artinya H_0 diterima dan H_a **ditolak**. Hal tersebut menunjukkan tidak ada perbedaan sikap antara kelompok responden di area mayoritas muslim dengan kelompok responden di area minoritas muslim dalam mengonsumsi roti dan kue halal.

b. Norma Subjektif

Hasil berbeda ditunjukkan pada pengukuran norma subjektif. Di mana norma subjektif responden Ngupasan (minoritas muslim) lebih tinggi dengan nilai 3,3 dibanding responden Purbayan (mayoritas muslim) sebesar 2,9. Hal ini mungkin terkait dengan tuntutan mengonsumsi makanan halal dari pihak eksternal (keluarga, masyarakat, pemerintah, pemuka agama) yang lebih kuat dikarenakan responden tinggal di area minoritas muslim. Jika dilihat dari rata-rata, pernyataan mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan pemuka agama merupakan indikator pengukuran norma subjektif tertinggi. Artinya pemuka agama merupakan pihak eksternal yang paling kuat dalam mempengaruhi perilaku konsumen roti dan kue halal. Meskipun begitu hasil pengukuran di kedua area menunjukkan nilai norma subjektif yang cukup baik yaitu 2,90 (58%) dan baik dengan nilai rata-rata 3,33 (67%). Angka tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan variabel sikap.

Hal menarik ditemukan pada variabel norma subjektif yang memiliki probabilitas sebesar 0,036. Angka tersebut lebih kecil dari α yang dipersyaratkan yaitu 0,05. Artinya H_0 **diterima**. Keputusan ini berarti norma subjektif konsumen di area mayoritas dan minoritas muslim terdapat perbedaan terutama pada pernyataan mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan keluarga dan pemuka agama.

c. Persepsi Kontrol Perilaku

Disisi lain, pada pengukuran persepsi kontrol perilaku di kedua area menunjukkan respon yang sangat baik. Ngupasan (minoritas muslim) juga menunjukkan nilai persepsi kontrol perilaku yang lebih tinggi yaitu 4,30 (86%) dibanding responden Purbayan (mayoritas muslim) yaitu sebesar 4,17 (83%). Pernyataan mengonsumsi roti dan kue karena ajaran agama memiliki nilai paling tinggi dibanding indikator pengukuran persepsi kontrol perilaku lainnya. Artinya ajaran agama merupakan faktor paling besar yang mampu mewujudkan perilaku mengonsumsi roti dan kue halal di kedua area penelitian. Hal menarik ditemukan pada pernyataan mendorong komunitas/masyarakat mengonsumsi roti dan kue halal di Ngupasan (minoritas muslim) jauh lebih tinggi dibanding Purbayan (mayoritas muslim). Lebih besarnya kesadaran responden Ngupasan (minoritas muslim) untuk mendorong masyarakat mengonsumsi roti dan kue halal mungkin dikarenakan

kebutuhan masyarakat Ngupasan sebagai minoritas muslim untuk mengonsumsi makanan halal jauh lebih besar dibandingkan masyarakat Purbayan (mayoritas muslim).

Hasil variabel persepsi kontrol perilaku menunjukkan probabilitas sebesar 0,309, di mana angka tersebut lebih besar dari α yang dipersyaratkan yaitu 0,05. Artinya Persepsi kontrol perilaku konsumen dalam mengonsumsi roti dan kue halal di area mayoritas dan minoritas muslim adalah sama.

2. Perbandingan Perilaku Konsumen Berdasarkan Tingkat Religiusitas

Penelitian ini mengukur perilaku konsumen muslim yang dilihat dari tingkat religiusitas responden dengan indikator pengukurannya adalah latar belakang pendidikan pesantren. Pengujian lebih lanjut dilakukan analisis menggunakan *Independent sample t test* untuk menguji perbedaan dua kelompok sampel berlatar belakang pendidikan pesantren dengan kelompok sampel berlatar belakang non pesantren. Hasil pengujian dijabarkan pada tabel dibawah ini:

TABEL 4.8
 Nilai Rata – Rata Perilaku Konsumen dan Hasil Uji *Independent Sample t Test*
 Responden Berdasarkan Tingkat Religiusitas
 (Latar Belakang Pendidikan Pesantren dan Non Pesantren)

No	Indikator	Nilai Rata – rata		Sig.
		Pesantren	Non Pesantren	
	SIKAP			
1.	Membeli roti dan kue yang bersertifikat halal MUI	4,36	4,42	0,736
2.	Membeli roti dan kue yang bersertifikat halal selain label MUI	3,32	3,63	0,226
3.	Memakan roti dan kue halal pilihan sendiri	4,23	4,27	0,810
4.	Halal pertimbangan utama mengonsumsi	4,64	4,58	0,694
5.	Tulisan “Halal” menjadi pertimbangan utama memilih toko roti dan kue	4,36	4,38	0,908
6.	Toko roti dan kue muslim menjadi pertimbangan utama memilih	4,09	4,17	0,691
	Total	4,17	4,24	0,526
	Persentase	83%	85%	
	NORMA SUBJEKTIF			
1.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan keluarga	3,09	3,26	0,571
2.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan masyarakat	3,00	2,72	0,264
3.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan pemerintah	2,86	2,77	0,711
4.	Mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan pemuka agama	3,36	3,28	0,771
	Total	3,08	3,01	0,743
	Persentase	62%	60%	
	PERSEPSI KONTROL PERILAKU			
1.	Label halal harus terlihat jelas	4,27	4,37	0,535
2.	Mengonsumsi roti dan kue karena ajaran agama	4,36	4,53	0,387
3.	Mendorong keluarga mengonsumsi roti dan kue halal	4,41	4,35	0,688
4.	Mendorong kerabat mengonsumsi roti dan kue halal	4,23	4,24	0,922
5.	Mendorong sahabat mengonsumsi roti dan kue halal	4,27	4,18	0,589
6.	Mendorong teman mengonsumsi roti dan kue halal	4,23	4,12	0,541

No	Indikator	Nilai Rata – rata		Sig.
		Pesantren	Non Pesantren	
7.	Mendorong pemuka agama mengonsumsi roti dan kue halal	3,86	3,82	0,854
8.	Mendorong komunitas/masyarakat mengonsumsi roti dan kue halal	4,05	4,00	0,805
9.	Melakukan kontrol terhadap konsumsi roti dan kue halal	4,23	4,21	0,904
	Total	4,21	4,20	0,936
	Persentase	84%	84%	

Sumber : Lampiran 6 Tabulasi Data Kelompok Responden dan Lampiran 8 Hasil Analisis Kelompok Religiusitas

a. Sikap

Hasil deskripsi di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata sikap responden dilihat dari tingkat religiusitas dengan latar belakang non pesantren menunjukkan sikap yang sangat baik dengan angka sebesar 4,24 (85%) lebih besar dibanding responden dengan latar belakang pesantren sebesar 4,17 (83%). Hal ini mungkin terkait responden dengan latar belakang pesantren (religiusitas tinggi) merasa mampu untuk memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi dibanding responden dengan latar belakang non pesantren yang sangat mempercayai label halal sebagai jaminan dalam mengonsumsi produk makanan. Nilai paling tinggi ditunjukkan pada pernyataan halal pertimbangan utama mengonsumsi di antara indikator pengukuran sikap lainnya. Artinya baik di kedua

kelompok responden sama-sama mempertimbangkan halal sebagai alasan utama dalam mengonsumsi roti dan kue.

Hasil pengujian *independent sample t test* menunjukkan variabel sikap memiliki angka probabilitas sebesar 0,526 lebih besar dari α yang dipersyaratkan yaitu 0,05. Artinya H_0 diterima dan H_a **ditolak**. Keputusan ini berarti baik sikap konsumen berlatar belakang pendidikan pesantren dan non pesantren tidak ditemukan perbedaan dalam mengonsumsi roti dan kue halal.

b. Norma Subjektif

Hasil pengukuran norma subjektif di mana norma subjektif ditemukan responden dilihat dari tingkat religiusitas berlatar belakang pendidikan pesantren lebih tinggi dengan nilai 3,08 (62%) atau bisa dikatakan baik dibanding responden berlatar belakang non pesantren sebesar 3,01 (60%). Hal ini mungkin terkait dengan penilaian positif masyarakat terhadap orang yang berlatar belakang pendidikan pesantren, sehingga terdapat anggapan negatif dari pihak eksternal (keluarga, masyarakat, pemerintah, pemuka agama) jika tidak mengonsumsi makanan halal. Jika diperhatikan, pernyataan mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan pemuka agama merupakan indikator pengukuran norma subjektif tertinggi. Meskipun

seorang berlatar belakang pendidikan pesantren dianggap mampu mengaplikasikan ilmu agama, mereka masih menganggap pemuka agama merupakan pihak eksternal yang paling kuat dalam mempengaruhi perilaku konsumen roti dan kue halal. Jika dibanding dengan variabel sikap, kedua area menunjukkan nilai norma subjektif yang cukup kecil.

Pada variabel norma subjektif pengujian *independent sample t test* menunjukkan variabel norma subjektif memiliki angka probabilitas sebesar 0,743 lebih besar dari α yang dipersyaratkan yaitu 0,05. Hal ini juga menunjukkan tidak ada perbedaan norma subjektif konsumen dengan latar belakang pendidikan pesantren dengan non pesantren dalam mengonsumsi roti dan kue halal.

c. Persepsi Kontrol Perilaku

Pada pengukuran persepsi kontrol perilaku kedua area menunjukkan hasil yang sangat baik. Responden dilihat dari tingkat religiusitas berlatar belakang pendidikan pesantren menunjukkan nilai persepsi kontrol perilaku yang sedikit lebih tinggi yaitu 4,21 (84) dibanding responden berlatar belakang non pesantren yaitu sebesar 4,20 (84%). Perbedaan ini sangat tipis jika dibanding perbedaan kelompok responden pada variabel lain. Hal ini menunjukkan persepsi kontrol perilaku di

kedua kelompok responden hampir sama. Pernyataan mengonsumsi roti dan kue karena ajaran agama memiliki nilai paling tinggi dibanding indikator pengukuran norma subjektif lainnya. Artinya ajaran agama merupakan faktor paling besar dalam melakukan kontrol mengonsumsi roti dan kue halal.

Variabel persepsi kontrol perilaku mendapatkan hasil pengujian *independent sample t test* sebesar 0,936 lebih besar dari α yang dipersyaratkan yaitu 0,05. Keputusan ini berarti baik sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku konsumen berlatar belakang pendidikan pesantren dan non pesantren tidak ada perbedaan ditemukan. Oleh sebab itu hipotesis pada penelitian ini ditolak.

D. Pembahasan

1. Perbandingan Perilaku Konsumen di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim

Secara rinci pengukuran perilaku konsumen pada responden Kelurahan Purbayan (mayoritas muslim) dan Ngupasan (minoritas muslim) menggunakan pendekatan teori *Planned Behaviour* (Ajzen, 1991) terdapat tiga aspek yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku di mana dari tiga aspek tersebut dinyatakan dalam 19 pernyataan pada kuesioner.

Deskripsi data pada penelitian ini menunjukkan bahwa di antara ketiga variabel yang menentukan perilaku konsumen, norma subjektif

memiliki nilai total rata-rata terendah dibanding variabel lain. Sementara itu dalam perbandingan rata-rata ketiga variabel pada kedua area, memperlihatkan variabel sikap pada responden mayoritas muslim memiliki nilai rata-rata tertinggi jika dibanding responden minoritas muslim. Akan tetapi pada kedua variabel lain yaitu norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku, responden minoritas muslim memiliki nilai rata-rata lebih tinggi dibanding responden mayoritas muslim.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan diketahui pada aspek sikap dan persepsi kontrol perilaku kelompok mayoritas muslim dengan minoritas muslim memiliki probabilitas $> 0,05$. Akan tetapi disisi lain aspek norma subjektif memiliki probabilitas $< 0,05$ terutama untuk pernyataan mengonsumsi produk roti dan kue halal karena tuntutan keluarga serta tuntutan pemuka agama. Hal tersebut memperlihatkan tidak adanya perbedaan perilaku konsumen yang diukur melalui aspek sikap dan persepsi kontrol perilaku antara kelompok responden mayoritas muslim yang berdomisili di Purbayan dengan kelompok responden minoritas muslim yang berdomisili di Ngupasan. Akan tetapi pada aspek norma subjektif ditemukan perbedaan antara kelompok responden di kedua area. Hasil tersebut sejalan dengan Engel, et al. (dalam Listyorini, 2012) yang mengatakan bahwa perilaku konsumen untuk pembelian barang dan jasa dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan perbedaan individu. Pada

penelitian ini pengaruh lingkungan ditunjukkan oleh perbedaan lingkungan tempat tinggal (mayoritas dan minoritas muslim). Perbedaan lingkungan tersebut tanpa sadar memberikan pengaruh melalui budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi. Hal tersebut terlihat oleh adanya perbedaan signifikan pada norma subyektif. Di mana norma subyektif merupakan dorongan atau pengaruh yang diberikan oleh lingkungan terdekatnya (seperti orang tua, pasangan, teman dekat, rekan kerja atau lainnya) kepada individu untuk melakukan atau menghindari melakukan perilaku dalam hal ini adalah mengonsumsi roti dan kue halal.

Hasil yang didapatkan berupa tidak adanya perbedaan pada variabel sikap dan persepsi kontrol perilaku di kedua area di karenakan karakteristik Kota Yogyakarta yang merupakan kota dengan penduduk mayoritas muslim sehingga baik pemahaman agama maupun lingkungan sosial budaya di kedua area tersebut sama-sama masih di dominasi oleh pengaruh agama Islam. Oleh sebab itu tidak ditemukan perbedaan sikap dan persepsi kontrol perilaku di kedua daerah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian aspek religiusitas pada perilaku konsumen daging halal oleh Jusmaliani dan Nasution (2009) terhadap konsumen muslim Indonesia yang berdomisili di Jakarta dan Melbourne. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan kontrol perilaku salah satu faktor determinan yang paling signifikan terhadap minat

mengonsumsi daging halal, akan tetapi tidak ditemukan perbedaan yang signifikan mengenai kontrol perilaku di dua lokasi tersebut.

Disisi lain berdasarkan kajian pada tiga variabel perilaku konsumen, ditemukan perbedaan norma subjektif di kedua area. Hal tersebut berkaitan dengan konsumen muslim yang tinggal di area minoritas muslim lebih berhati-hati dalam mengonsumsi produk roti dan kue halal dibandingkan dengan konsumen muslim yang tinggal di area mayoritas muslim. Hasil ini sejalan dengan pernyataan informan (Lihat Lampiran 3) yang mengatakan:

”Selama ini saya mengonsumsi makanan halal dari diri saya sendiri, karena saya termasuk warga yang aktif mengikuti kajian sejak remaja sehingga keyakinan untuk mengonsumsi makanan halal adalah bagian dari ibadah. Meskipun warga muslim cukup banyak disini, akan tetapi banyak yang tidak peduli, jadi sebisa saya mengajak keluarga saya ataupun teman saya mengonsumsi makanan halal.” (Informan kedua)

“Pengaruh terbesar saya dapatkan dari Al Qur’an yang memang menjadi tuntunan agama Islam, sehingga sebisa mungkin saya menjaga diri dan keluarga saya dengan menganjurkan dan memberikan informasi produk apa saja yang halal. Karena di lingkungan sekitar saya masih ada yang menjual produk yang tidak halal dan masih banyak juga warga muslim yang mengonsumsinya meskipun mereka tahu itu bukan produk halal.”(Informan Ketiga)

Pernyataan di atas menunjukkan responden di area minoritas muslim masih dipengaruhi oleh pihak eksternal terutama keluarga dan pemuka agama dalam mengonsumsi produk roti dan kue halal.

2. Perbandingan Perilaku Konsumen Berdasarkan Tingkat Religiusitas

Pesantren memiliki peran dalam mencetak pribadi yang memiliki pengetahuan agama yang baik dan mampu mengaplikasikan nilai-nilai agama dalam kehidupannya. Seseorang yang berlatar belakang pendidikan pesantren dianggap masyarakat lebih mampu untuk berperilaku sesuai dengan tuntunan agama Islam. Aspek keagamaan atau religiusitas juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen, sesuai dengan teori Blackwell dan Miniard (dalam Listyorini, 2012) di mana faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya berasal dari pengaruh lingkungan meliputi budaya, tercakup di dalamnya adalah agama. Pada penelitian ini religiusitas diukur berdasarkan latar belakang pendidikan pesantren. Aspek yang menjadi faktor determinan yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku di mana dari tiga aspek tersebut dinyatakan dalam 19 pernyataan pada kuesioner.

Hasil deskripsi penelitian menunjukkan variabel norma subjektif memiliki nilai total rata-rata terendah dibanding variabel sikap dan persepsi kontrol perilaku responden dengan latar belakang pendidikan pesantren dengan non pesantren. Disisi lain, pada perbandingan ketiga variabel di kedua daerah menunjukkan responden dengan latar belakang non pesantren memiliki sikap yang lebih tinggi jika dibanding dengan responden berlatar belakang pendidikan pesantren.

Akan tetapi pada dua variabel lain, norma subjektif dan kontrol perilaku responden berlatar belakang pendidikan pesantren lebih tinggi dibanding responden berlatar belakang non pesantren.

Berdasarkan hasil pengujian diketahui aspek sikap kelompok pesantren dengan non pesantren $0,526 > 0,05$ pada aspek norma subjektif kelompok pesantren dengan non pesantren $0,743 > 0,05$. Aspek terakhir persepsi kontrol perilaku kelompok pesantren dengan non pesantren $0,936 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan tidak adanya perbedaan perilaku konsumen antara kelompok responden yang berlatar belakang pendidikan pesantren dengan kelompok responden yang tidak berlatar belakang pendidikan pesantren. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Edewor (2008), yakni religiusitas lebih berhubungan dengan seberapa religius seseorang sebagai pribadi, dan kurang dengan bagaimana seseorang itu religius dalam hal mempraktikkan ketentuan agama. Setiap individu tidak mutlak memiliki nilai yang sama dalam masing-masing indikator religiusitasnya (doktrin agama, praktik keagamaan, dan kerohanian/spiritualitas). Individu tidak harus mendapatkan skor tinggi pada semua dimensi atau rendah pada semua dimensi, skor dapat bervariasi tergantung tingkat dimensi yang mereka miliki. Meskipun indikator religiusitasnya tinggi (memiliki latar belakang pendidikan pesantren) bisa terjadi perilaku individu tersebut dalam mengonsumsi makanan halal rendah. Karena seseorang yang memiliki pemahaman ilmu agama yang baik (doktrin

agama), bisa saja belum maksimal pada dimensi mempraktikkan atau mengamalkan ajaran agamanya.

Hal tersebut mungkin dikarenakan banyaknya responden yang berada pada kelas menengah ke bawah dengan pendapatan Rp.1.000.000,00 sehingga pertimbangan utama dalam mengonsumsi produk halal khususnya roti dan kue adalah ketersediaan produk tersebut di lingkungan mereka dan keterjangkauan harga. Seperti pernyataan informan (Lihat Lampiran 3) sebagai berikut:

“Saya jarang mengonsumsi roti dan kue kemasan, jika saya membelinya pasti saya memastikan ada lebel MUI. Namun jika produk tersebut merupakan olahan rumah saya akan memilih penjual yang muslim.”
(informan ketiga)

Meskipun seorang individu memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai agama, hal ini belum tentu berpengaruh signifikan terhadap perilakunya khususnya perilaku mengonsumsi makanan halal. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian komparasi perilaku konsumen produk halal di daerah Banten dan Bali yang dilakukan oleh Soesilowati dan Yuliana (2013) tidak terdapat adanya korelasi yang signifikan antara latar belakang pendidikan pesantren dan perilaku konsumen dalam mengonsumsi makanan halal terutama untuk kasus di Banten.

