

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN NORMA RELIGIUS
TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN PRODUK MAKANAN HALAL
DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF PRODUCT KNOWLEDGE AND RELIGIOUS NORM
TOWARD CONSUMERS' PURCHASE INTENTION MEDIATED BY
ATTITUDE***

(A Case Study on Mie Samyang Product in Special Region of Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
CANDRA KUSUMA WARDANA
20150410248

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Candra Kusuma Wardana

Nomor mahasiswa : 20150410248

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN NORMA RELIGIUS TERHADAP NIAT MENGKONSUMSI PRODUK DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Produk Mie Samyang di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang laing maka saya bersedia karya tersebut dibatalakan.

Yogyakarta, 20 Desember 2018

Materai 6000

Candra Kusuma Wardana

Persembahan

Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat berjasa didalam hidup penulis.
2. Sahabat-sahabat penulis yang selalu menemani dan pendukung penulis hingga saat ini.
3. Dosen pembimbing skripsi yang senantiasa selalu sabar dalam membimbing penulis hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
4. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Niat Mengonsumsi Produk dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topic ini dengan harapan dapat memberikan masukan pelaku bisnis untuk memperhatikan beberapa faktor yang mendasari masyarakat muslim dalam membeli suatu produk khususnya produk yang berasal dari luar negeri serta memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu Bapak Dr. Rizal Yaya, SE., M.Sc., Akt.
3. Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu Ibu Dra. Retno Widowati, PA, M.Si, Ph.D sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis.
4. Ayah penulis yaitu Drs. Mujiarto dan Ibu penulis yaitu Titik Badriyati, S.Pd yang telah berjasa didalam hidup penulis.
5. Segenap Dosen Pengajar, staff Tata Usaha, dan rekan-rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu memberikan masukan dan dukungan selama perkuliahan dan proses pembuatan skripsi ini berlangsung.

Akhir kata, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu dan wawasan kepada para pembaca.

Yogyakarta, 20 Desember 2018

Penulis

Candra Kusuma Wardana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
C. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	25
D. Model Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek/Subjek Penelitian.....	32
B. Jenis Data.....	32
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data	38
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	46
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	51
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	59
D. Pembahasan (Interpretasi).....	74
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	81
A. Simpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian.....	82
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian Variabel Pengetahuan Produk	35
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian Variabel Norma Religius	36
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian Variabel Niat Beli Konsumen	37
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian Variabel Sikap Konsumen	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kabupaten Asal	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Tinggal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	50
Tabel 4.6 Hasil CFA Variabel Pengetahuan Produk	52
Tabel 4.7 Hasil CFA Variabel Pengetahuan Produk Setelah Dieliminasi Pertama	53
Tabel 4.8 Hasil CFA Variabel Pengetahuan Produk Setelah Dieliminasi Kedua	53
Tabel 4.9 Hasil CFA Variabel Norma Religius	54
Tabel 4.10 Hasil CFA Variabel Sikap Konsumen	55
Tabel 4.11 Hasil CFA Variabel Niat Konsumen	55
Tabel 4.12 Hasil CFA Variabel Niat Konsumen Setelah Dieliminasi	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.14 Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i>	62
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Outliers</i>	64
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Outliers</i> Setelah Dilakukan Eliminasi	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	67
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Langsung Setiap Variabel	69
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Positif dan Negatif Setiap Variabel	69

Tabel 4.21 Hasil *Output Standardized Direct Effect*73
Tabel 4.22 *Output Standardized Inirect Effect*73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	8
Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 4.1 Permodelan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	60
Gambar 4.2 Output Permodelan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	67