

PENGARUH FAKTOR PENGETAHUAN DALAM MEMPREDIKSI SIKAP UNTUK MENGGUNAKAN MAKANAN HALAL

Oleh:

Erny Rachmawati¹⁾²⁾

¹⁾Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto

²⁾FEB Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Erny_Rachmawati@Yahoo.com

ABSTRACT

This research aims to 1) to test the influence of variable attitude, subjective norms and control behavior on intention to consume halal food products in Indonesia, 2) to test the variable knowledge capable of influencing attitudes to consume halal food products in Indonesia. Secondary data is derived from the study of theory and research results. Primary data obtained through a questionnaire with respondents adult of at least 18 years of age and living in the Islamic environment in Purwokerto-Jateng-Indonesia. The method is based on the concept of the TPB are tested and analyzed with the SPSS Regression. It was concluded that 1) Variables attitudes and behavior of the Controls have no effect significant positive, 2) subjective Norms Variables significant positive effect on intention, 3) Variable knowledge of significant positive effect on attitudes. There are variables that contribute Knowledge able to predict attitudes, and proved that the consumer does not have a plan that Indonesia both in intending to consume halal food, which means that Indonesia has not fully consumer characteristics capable of adopting the concept of TPB, so proposed TPB modification of knowledge or Theory of Planned Behavior, Attitude from Knowledge is acceptable.

Key Words: Attitude, Halal, Knowledge, Predictions, TPB

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang Masalah

Mengonsumsi makanan halal bukanlah fenomena yang baru saja terjadi, akan tetapi sudah menjadi suatu kebutuhan khusus bagi muslim karena sudah diatur dalam Al Qur'an diantaranya adalah surat Al Baqoroh ayat 173 : Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula)

melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang. Selanjutnya, Surat Surah Al-Ma'idah, 5:3 : Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama Allaah), yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala..... Hal inipun diterangkan juga oleh Zakiah Samori, Amal Hayati Ishak, Nurul Himmah Kassan, (2014), bahwa ada empat kategori hewan yang dilarang; 1) hewan yang dibunuh dengan cekikan, 2) oleh pukulan, 3) jatuh, 4) sedang darah kental atau yang sebagian dimakan oleh binatang-binatang liar yang semua milik kategori binatang mati. Meskipun begitu terdapat perbedaan aturan makanan halal di Malaysia dan Indonesia, yang mungkin juga dengan negara lain.

Bank Dunia (2013), memperkirakan jumlah penduduk Indonesia tahun 2015 sebanyak 254,9 juta dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 128,1 juta dan perempuan sebanyak 126,8 juta. <http://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2015/11/20/83632/jumlah-pendudukdari-perempuan.html>. Artinya, mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam sebanyak 207 juta atau 13% dari seluruh penduduk Islam di dunia. <http://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/islam/item248>. Meskipun begitu, negara Indonesia belum sepenuhnya menerapkan hukum-hukum Islam terutama dalam mengkonsumsi makanan halal. Menurut Badan Standar Nasional dari Tribunnews.com, dalam Maghfiroh (2015), terbukti baru sekitar 20% makanan di Indonesia yang berlabel halal, sedangkan Malaysia sudah di atas 90%. Hal ini kemungkinan karena perilaku konsumen di Indonesia memiliki ciri khas yang berbeda dengan Malaysia. Handi Irawan D, Chairman Frontier Consulting Group memberikan keterangan mengenai 10 Karakter Unik Konsumen Indonesia, yaitu 1) cenderung mempunyai memori yang atau lebih fokus kepada manfaat produk jangka pendek, 2) cenderung tidak memiliki perencanaan, 3) cenderung berkelompok dan suka berkumpul, 4) tidak adaptif terhadap teknologi baru, 5) tidak mencerna jumlah informasi yang memadai sebelum memutuskan untuk memilih dan membeli suatu produk, 6) menyukai produk luar negeri, 7) semakin memperhatikan masalah religius, 8) suka pamer dan gengsi, 9) banyak dipengaruhi sub kultur budaya, dan 10) tidak peduli terhadap lingkungan. Akan tetapi semakin tingginya tingkat pendidikan dan juga tekanan globalisasi, maka konsumen Indonesia akan semakin memperhatikan lingkungan. <http://www.marketing.co.id/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>.

Pendapat tersebut di atas antara lain diperoleh dari hasil penelitian mengenai sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dan niat. Penelitian Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015) yang bertujuan mengkaji faktor penentu niat generasi Y perkotaan dalam mengkonsumsi makanan halal di Malaysia, menggunakan teori Azjen dengan 3 variabel bebas yaitu sikap, norma-norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Hasilnya, semua variabel efektif memprediksi niat dalam mengkonsumsi makanan halal, karena responden bersikap positif terhadap makanan halal selain karena faktor keluarga, teman-teman juga karena memiliki pengetahuan dan kesadaran mengkonsumsi makanan halal, akan

tetapi norma subyektif kurang berpengaruh signifikan pada sikap. Perbedaan hasil penelitian mengenai Pengetahuan dan Religiusitas, antara lain dari Mahiah Said, Faridah Hassan Rosidah Musa dan Rahman, NA (2014), hasilnya, faktor pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif pada perilaku pembelian, akan tetapi faktor pengetahuan prosententasenya masih di bawah religiusitas yang mencapai 40%-50%. Ahlam Nuwairah Ahmad, Azmawani Abd Rahman, dan Suhaimi Ab Rahman (2015), hasilnya variabel pengetahuan tidak signifikan dalam menjelaskan variasi dalam sikap terhadap produk kosmetik halal, sedangkan Religiusitas ternyata signifikan dalam mempengaruhi perilaku responden terhadap produk kosmetik halal.

Dari latar belakang masalah di atas terdapat perumusan masalah: 1) Terdapat perbedaan peraturan konsumsi makanan halal di Indonesia dan Malaysia. 2) Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai variabel sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku pada niat. 3) Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai variabel pengetahuan. 4) Terdapat keterbatasan penelitian. Sedangkan permasalahan yang diselesaikan adalah: 1) Bagaimanakah pengaruh dari variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku pada niat untuk mengkonsumsi produk makanan halal di Indonesia? 2) Apakah variabel pengetahuan mampu mempengaruhi sikap untuk mengkonsumsi produk makanan halal di Indonesia? Oleh karena itu, penelitian konsumsi makanan halal di Indonesia ini berkaitan dengan konsep penerapan TPB pada variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku pada niat. Selain itu penelitian variabel pengetahuan pada sikap. Alasannya adalah: 1) Adanya hasil penelitian dengan konsep TPB yang belum konsisten. 2) Adanya variabel pengetahuan yang mempengaruhi sikap, hasil penelitiannya belum konsisten. 3) Terdapat ciri khas karakter unik di Indonesia yang berbeda dengan negara lain, sehingga pada penelitian kemungkinan akan memperoleh hasil berbeda pada penerapan konsep TPB.

Kajian Pustaka

Variabel utama pada penelitian ini terdiri dari variabel sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Sedangkan untuk variabel kebaruan dengan menambah variabel pengetahuan. Alasannya, variabel ‘pengetahuan’ belum mampu mempengaruhi sikap secara konsisten.

Menurut Kottler, dkk (1999), produk diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Kotler & Armstrong (2001) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Arti **Halal** (Arab: *حلال* *ḥalāl*; 'diperbolehkan') adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam. Di Indonesia, sertifikasi kehalalan produk-produk pangan dan minuman ditangani oleh Majelis Ulama Indonesia—secara spesifiknya Lembaga Produk Pangan, Makanan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Halal>. Al Qur'an antara lain: S. Al Baqoroh 173 :

Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya... Hadits Al-Bukhārī, 7:4350: Rasul Allah melarang memakan daging binatang-binatang yang memiliki taring. Aturan halal di Indonesia melalui MUI No. 4 tahun 2003. Hewan yang dilarang (Zakiah Samori, Amal Hayati Ishaak, dan Nurul Himmah Kassan, 2014): 1) hewan yang dibunuh dengan cekikan, 2) oleh pukulan, 3) jatuh, 4) sedang darah kental atau yang sebagian dimakan oleh binatang-binatang liar yang semua milik kategori binatang mati. Terdapat beberapa aturan halal di Malaysia. Selain itu, terdapat kerjasama antara Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (**IMT-GT**) untuk mengotorisasi Thailand sebagai hub Halal IMT-GT produk dan jasa (Pibool Waijittragum, 2016). Sariwati Mohd Shariff dan Nurul Akma Abd Lah, (2014), terdapat Standard Makanan Halal MS 1500:2009. Untuk memastikan keselamatan konsumen, produsen harus mengambil langkah yang diperlukan untuk mematuhi Good Manufacturing Practice (GMP) dan Good Health Practice (GHP), baik kebersihan praktek, Bahaya analisis Critical Control Point (HACCP). The Department of Islamic Development Malaysia (JAKIM) adalah yang mengatur sertifikasi halal Malaysia untuk produk halal yang mencakup penilaian, penerbitan dan kontrol sertifikat halal. JAKIM dalam produk halal terdiri dari proses pembuatan, pabrik, bahan, laboratorium, Kemasan, wadah dan logistik. Hal ini sesuai dengan Sazelin Arif dan Ridzwan Ahmad (2011), makanan berkualitas baik adalah yang telah memenuhi standar makanan halal dari Malaysia (MS 1500:2009). Pada Dyah Ismoyowati (2015), konsep yang terkait Syari'ah, tanpa konten haram, halal bahan dan proses, juga terdapat logo atau label halal. Halal itu berkaitan dengan seluruh proses produksi termasuk pilihan bahan baku, persiapan, pemrosesan, pengemasan, penyimpanan dan transportasi (N. R. Shah, M. N. Nooh, N. Nawai, and H. Mohd, 2009).

Perilaku Konsumen, dalam Bilson Simamora (2004), Engel et al (1995) sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Pada J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (2013), American Marketing Association, perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.
<https://taniosutrisno.wordpress.com/2014/09/25/perilaku-konsumen-teori-ciri-ciri-dan-manfaat-perilaku-konsumen/>

Theory of Planned Behavior atau TPB dari Azjen (1991, Azjen (1991) dalam Syed Shah Alam (2011), Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015), teori perilaku direncanakan (Theory Planned Behavior) terdiri: sikap, norma-norma subyektif, dan sebagai kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi melakukan perilaku positif atau negatif dan

kontrol perilaku yang dirasakan diinformasikan oleh keyakinan tentang kepemilikan individu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk terlibat dalam perilaku.

Dalam Bilson Simamora (2004), Schiffman dan Kanuk (1997), Sikap adalah ekspresi perasaan (inner feeling), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Dalam Etta Mamang Sangaji dan Sopiah (2013), Kotler (2005), sikap adalah perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan tidak disukai konsumen. Engel (2006), sikap adalah suatu mental dan syaraf yang berkaitan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman, dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan dan/atau dinamis terhadap perilaku. Kreitner dan Kinicki (2010) yang dijelaskan dalam Wibowo (2005), sikap (attitude) diartikan sebagai suatu kecenderungan yang dipelajari untuk merespon dengan cara menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten berkenaan dengan objek tertentu. Azjen Izek (2006) dalam Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015), faktor-faktor penentu yang mempengaruhi niat adalah kepercayaan manusia tentang akibat dari perilaku, keyakinan tentang normatif harapan orang lain, dan keyakinan tentang adanya faktor yang mungkin meringankan atau menghalangi untuk melakukan perilaku. Syed Shah Alam (2011), dan Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015), hasilnya Sikap memiliki hubungan pengaruh positif signifikan pada perilaku niat. Norma subyektif memiliki hubungan pengaruh positif signifikan pada perilaku niat. Kontrol perilaku memiliki hubungan pengaruh positif signifikan pada perilaku niat.

J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (2013), konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk berbeda yang digunakan konsumen untuk menafsirkan informasi baru dan membuat keputusan pembelian. Fungsi-fungsi sikap menurut Daniel Katz dalam Sutisna (2002) terdiri dari fungsi utilitarian, fungsi ekspresi nilai, fungsi mempertahankan ego, dan fungsi pengetahuan. Fungsi pengetahuan akan membantu mengurangi ketidakpastian dan kebingungan. Oleh karena itu keterkaitan pengetahuan halal terhadap sikap yang akan diambil sebagai perilaku didasarkan oleh pengetahuan yang dimiliki seseorang. Pengetahuan produk adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini dapat mempengaruhi bagaimana konsumen mengakses produk (Rao & Monroe, 1988) dalam Mahiah Said, Faridah Hassan Rosidah Musa and Rahman, N.A; (2014).

Mahiah Said, Faridah Hassan Rosidah Musa and Rahman, N.A; (2014) antara religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif pada kontrol perilaku. Faktor pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif pada perilaku pembelian, akan tetapi faktor pengetahuan prosententasenya masih di bawah religiusitas yang mencapai 40%-50%. Nor Marini Mochtar, et, al, (2014), meneliti tentang sikap afektif dari label produk, sumber informasi, lambang/sertifikasi, gambar/citra perusahaan, kualitas produk. Hasilnya Responden setuju memperoleh semua informasi yang relevan melalui label produk Ayam'. Keluarga adalah sumber informasi tentang produk. Responden melihat pada Perusahaan yang memiliki citra yang baik, Produk-produk Ayam benar-benar bersih untuk konsumsi konsumen. Label produk, sumber informasi, lembaga sertifikasi, gambar/citra perusahaan, kualitas produk berpengaruh pada sikap afektif dalam memilih produk. Adanya

label produk akan meningkatkan konsumen. Ahlam Nuwairah Ahmad, Azmawani Abd Rahman, dan Suhaimi Ab Rahman; (2015), menyelidiki hubungan antara pengetahuan dan religiusitas pada sikap antara makanan halal dan produk kosmetik halal. Hasilnya religiusitas lebih berpengaruh terhadap perilaku dibandingkan pengetahuan yang berkaitan dengan hal-hal yang halal, karena pengetahuan berkorelasi positif dengan perilaku terhadap produk kosmetik halal (tidak diterima). Variabel Pengetahuan halal diadopsi dari G. Rezai, M. Zainalabidin, S.M. Nasir dan F.E. Chiew (2010), dan dianalisa Regresi, diperoleh hasil bahwa Pengetahuan tidak signifikan dalam menjelaskan variasi dalam sikap terhadap produk kosmetik halal, sedangkan Religiusitas yang diadopsi dari F. Salman dan K. Siddiqui (2011) ternyata signifikan dalam mempengaruhi perilaku responden terhadap produk kosmetik halal. Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015), bertujuan mengkaji faktor penentu niat generasi Y perkotaan dalam mengkonsumsi makanan halal di Malaysia, menggunakan teori Azjen dengan 3 variabel bebas yaitu sikap, norma-norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Hasilnya, semua variabel efektif memprediksi niat dalam mengkonsumsi makanan halal, karena mereka bersikap positif terhadap makanan halal selain karena faktor keluarga, teman-temannya juga karena memiliki pengetahuan dan kesadaran mengkonsumsi makanan halal, akan tetapi norma subyektif kurang berpengaruh signifikan pada sikap. Pibool Waijittragum (2016), meneliti tentang logo kemasan, gaya kemasan, kualitas bahan, dan deskripsi produk, dengan 4 unsur perilaku konsumen adalah variabel penelitian; terdiri dari perilaku, sikap, pembelian alasan dan insentif untuk pembelian. Hasilnya, konsumen (sikap) tidak akan mengkonsumsi produk jika tidak ada logo halal pada kemasan.

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

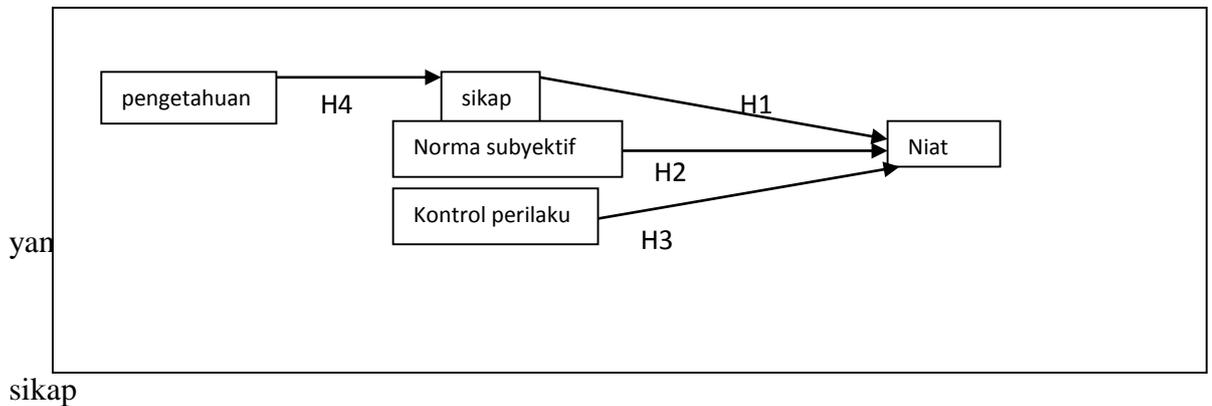
Tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menguji pengaruh variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku pada niat untuk mengkonsumsi produk makanan halal di Indonesia.
- 2) Untuk menguji variabel pengetahuan mampu mempengaruhi sikap untuk mengkonsumsi produk makanan halal di Indonesia.

Mengingat terdapat karakteristik ‘khusus’ perilaku konsumen di Indonesia maka penelitian ini menerapkan konsep TPB dari Azjen (1991) dengan harapan untuk membuktikan bahwa konsep TPB belum sepenuhnya dapat diterapkan di Indonesia. Selain itu juga meneliti pengetahuan sebagai anteseden dari sikap, karena fenomena mengkonsumsi makanan halal di Indonesia belum mendasarkan diri pada kekuatan alasan religius seperti di Malaysia dimana lingkungan religius sudah terbangun melalui berbagai aturan makanan halal. Oleh karena itu kontribusi atau manfaat yang diharapkan adalah: 1) Memperoleh bukti bahwa konsep TPB belum sepenuhnya dapat diterapkan di Indonesia. 2) Pengetahuan diharapkan mampu memprediksi pengaruhnya pada perilaku sikap. 3) Hasil penelitian akan ditemukan rancangan konsep baru berupa TPB modifikasi dari Pengetahuan atau

Theory of Planned Behavior, Attitude from Knowledge. Oleh karena itu, usulan Pengembangan Model Penelitian adalah:

Gambar 1. Usulan Hipotesis pada Model Penelitian



terhadap perilaku adalah evaluasi melakukan perilaku yang positif atau negatif dan kontrol perilaku yang dirasakan diinformasikan oleh keyakinan tentang kepemilikan peluang individu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk terlibat dalam perilaku. Terdiri dari variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan niat untuk berperilaku. Pada beberapa penelitian, 3 variabel dalam konsep TPB memberikan hasil yang efektif dalam memprediksi pengaruh pada niat. Sementara itu variabel pengetahuan berdasar penelitian terdahulu belum mampu memberikan hasil konsisten dalam mempengaruhi sikap. Oleh karena itu, variabel pengetahuan pada penelitian ini dicoba digabungkan pada konsep TPB menjadi variabel anteseden dari sikap. Alasannya, pada fungsi-fungsi sikap menurut Daniel Katz dalam Sutisna (2002) terdiri dari fungsi utilitarian, fungsi ekspresi nilai, fungsi mempertahankan ego, dan fungsi pengetahuan. Pada fungsi pengetahuan, sikap membantu konsumen mengorganisasikan informasi yang begitu banyak yang setiap hari diterimanya. Fungsi pengetahuan akan membantu mengurangi ketidakpastian dan kebingungan. Oleh karena itu keterkaitan pengetahuan halal terhadap sikap yang akan diambil sebagai perilaku didasarkan oleh pengetahuan yang dimiliki seseorang. Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis:

- H1: Sikap berpengaruh secara positif pada niat untuk mengonsumsi makanan halal
- H2: Norma subyektif berpengaruh secara positif pada niat untuk mengonsumsi makanan halal
- H3: Kontrol Perilaku berpengaruh secara positif pada niat untuk mengonsumsi makanan halal
- H4: Pengetahuan berpengaruh secara positif pada sikap untuk mengonsumsi makanan halal.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian Kualitatif yang diKuantitatifkan ini, sumber data adalah primer dan sekunder. Pengumpulan data melalui kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan di setiap variabel penelitian dengan penilaian menggunakan skala likert 5 titik. Lokasi penelitian di lingkungan Islami menyesuaikan kepentingan topik penelitian yaitu tentang konsumsi makanan halal, yaitu di lingkungan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2016 dengan alasan pada bulan Juni diharapkan penelitian sudah selesai. Obyek penelitian mengenai produk konsumsi makanan halal.

Penelitian Aidah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015) antara lain yang menjadi salah satu acuan penelitian ini, respondennya adalah laki-laki dan perempuan berusia minimal 15 tahun. Pada penelitian ini respondennya adalah laki-laki dan perempuan berusia minimal 18 tahun, dan sedang menempuh pendidikan tinggi di lingkungan islami. Harapan peneliti karena berada di lingkungan Islami maka responden memiliki pengetahuan tentang aturan konsumsi halal. Jumlah sampel yang didasarkan pada Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (1992:252), <http://dedylondong.blogspot.co.id/2011/10/dasar-penentuan-jumlah-sample.html>, yaitu: 1) Sebaiknya ukuran sampel di antara 30 s/d 500 elemen. 2) Jika sampel dipecah lagi ke dalam subsampel (laki/perempuan, SD/SLTP/SMU, dsb), jumlah minimum sub sampel harus 30. 3) Pada penelitian multivariate (termasuk analisis regresi multivariate) ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variable yang akan dianalisis. 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel bisa antara 10 s/d 20 elemen. Untuk mencapai ukuran sampel ideal maka akan didistribusikan 130 kuesioner. Cara mengumpulkan data, dengan membagi kuesioner kepada responden yang sesuai kriteria dengan secara langsung menemui, menjelaskan maksud penelitian ini, membagi kuesioner, responden diberi waktu untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner sehingga hasil pengisian kuesioner sebagai jawaban responden dapat ditunggu maksimal sekitar satu minggu. Oleh karena itu peneliti merasa perlu bekerjasama dengan orang lain untuk membantu dalam pengumpulan data ini.

Definisi Konseptual

Penelitian ini didasarkan pada konsep Halal yang kebanyakan berasal dari Malaysia dan sebagian kecil dari Indonesia, sehingga menimbulkan Gap pemahaman konsep halal. Selain itu juga didasarkan pada teori Perilaku Konsumen yang diadopsi dari teori TPB dan disesuaikan dengan ciri atau karakter perilaku konsumen di Indonesia.

Theory of Planned Behavior atau TPB dari Azjen (1991). Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi melakukan perilaku yang positif atau negatif dan kontrol perilaku yang dirasakan diinformasikan oleh keyakinan tentang kepemilikan peluang individu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk terlibat dalam perilaku. Terdiri dari variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan niat untuk berperilaku. Disebut sebagai teori perilaku direncanakan. Teori ini sebagai perluasan dari TRA.

10 Karakter Unik Konsumen Indonesia, yaitu cenderung mempunyai memori yang atau lebih fokus kepada manfaat produk jangka pendek, cenderung tidak memiliki perencanaan, cenderung berkelompok dan suka berkumpul, tidak adaptif terhadap teknologi baru, tidak mencerna jumlah informasi yang memadai sebelum memutuskan untuk memilih dan membeli suatu produk, menyukai produk luar negeri, semakin memperhatikan masalah religius, suka pamer dan gengsi, banyak dipengaruhi sub kultur budaya, dan tidak peduli terhadap lingkungan. Akan tetapi semakin tingginya tingkat pendidikan dan juga tekanan globalisasi, maka konsumen Indonesia akan semakin memperhatikan lingkungan. <http://www.marketing.co.id/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>

Pada penelitian ini mencoba menerapkan konsep TPB dari Azjen (1991) akan tetapi dengan menambah variabel Pengetahuan sebagai anteseden dari sikap, karena fenomena mengkonsumsi makanan halal di Indonesia belum mendasarkan diri pada kekuatan alasan religius seperti di Malaysia dimana lingkungan religius sudah terbangun melalui berbagai aturan makanan halal, sehingga Pengetahuan diharapkan mampu memprediksi pengaruhnya pada perilaku sikap. Maka pada penelitian ini kami menyebutnya sebagai TPB modifikasi dari Pengetahuan atau **Theory of Planned Behavior from Knowledge**

Definisi Operasional Variabel dan instrumen penelitian

Untuk mengukur variabel-variabel pada konsep TPB, penelitian ini mengadopsi dari penelitian Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati (2015) dengan sedikit modifikasi, serta pengukurannya menggunakan skala likert 5 titik. Sedangkan variabel pengetahuan diharapkan mampu mempengaruhi perilaku sikap, pengukurannya juga melalui skala likert 5 titik. **Sikap** adalah ekspresi perasaan (inner feeling), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek (Bilson Simamora, 2004), yang menjelaskan pendapat Schiffman dan Kanuk, (1997). Sikap diukur melalui 8 item pertanyaan, yaitu: 1) Mengonsumsi makanan halal penting bagi saya. 2) Saya mempercayai mengonsumsi makanan halal dibanding tanpa halal. 3) Makanan halal, bersih. 4) Makanan halal lebih bersih dibanding yang non halal. 5) Saya mempercayai makanan halal, karena aman dikonsumsi. 6) Makanan halal lebih aman dikonsumsi daripada tanpa halal. 7) Makanan halal, sehat. 8) Makanan halal lebih sehat dibanding tanpa halal. **Norma Subyektif** adalah penilaian responden terhadap obyek. Sebagai suatu keyakinan mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat, diukur melalui 6 item pertanyaan: 1) Orang memiliki banyak pilihan makanan. Yang penting bagi saya memilih makanan halal. 2) Orang dapat mempengaruhi saya untuk mengonsumsi makanan halal. 3) Anggota keluarga saya memilih makanan halal. 4) Mengonsumsi makanan halal sedang dipraktikkan di keluarga saya. 5) Teman saya menyarankan saya agar memilih makanan halal. 6) Keluarga saya memberi pengertian pada saya pentingnya mengonsumsi makanan halal. **Kontrol Perilaku** adalah suatu perilaku yang dikontrol oleh keyakinan responden pada obyek, yang diukur melalui 5 item pertanyaan: 1) Sangat mudah mencari makanan halal di lingkungan tempat tinggal saya. 2) Sangat mudah mencari makanan halal di lingkungan pendidikan saya. 3) Saya memiliki kesempatan untuk mengonsumsi makanan halal. 4) Ada banyak pilihan makanan halal di lingkungan pendidikan saya. 5) Harga makanan halal

wajar saja. **Niat** adalah suatu keinginan tindakan responden karena penilaian obyek. Hal ini diukur melalui 7 item pertanyaan: 1) Saya tidak akan mengkonsumsi makanan jika tidak halal. 2) Saya tidak akan mengkonsumsi makanan yang meragukan halal. 3) Saya akan makan hanya di warung/restauran makanan halal. 4) Saya akan makan hanya makanan halal. 5) Saya akan memastikan bahwa makanan halal, sebelum saya mengkonsumsinya. 6) Saya akan memastikan bahwa makanan halal, sebelum saya membelinya. 7) Saya tidak akan mengkonsumsi makanan jika bahannya non halal.

Pengetahuan adalah berbagai informasi pemahaman ilmu terhadap obyek antara lain menurut aturan agama, pendapat para ahli, peneliti, dan aturan dari negara Malaysia dan diadopsi oleh Indonesia yang dapat diterima oleh muslim di dunia. Oleh karena itu penelitian ini, variabel pengetahuan diukur berdasar kriteria makanan halal dengan 6 item pertanyaan: 1) Makanan halal, menggunakan bahan yang halal. 2) Makanan halal, proses produksinya terpisah dengan yang bukan halal. 3) Makanan halal lebih bersih. 4) Makanan halal lebih aman dikonsumsi. 5) Makanan yang telah tersertifikasi Majelis Ulama Indonesia pasti halal. 6) Sertifikasi halal dari MUI ditujukan bukan karena merek produk

Rencana Model Persamaan dan Kriteria Pengujian Hipotesis

$$Y1 = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

$$Y2 = a + biX4$$

Kriteria pengujian Hipotesis

*H1: Sikap berpengaruh secara positif pada niat untuk mengkonsumsi makanan halal. H1 diterima jika H1: $b1 > 0$ dengan kriteria jika $\alpha \leq 0,05$ maka signifikan.

*H2: Norma subyektif berpengaruh secara positif pada niat untuk mengkonsumsi makanan halal. H2 diterima jika H2: $b2 > 0$ dengan kriteria jika $\alpha \leq 0,05$ maka signifikan

*H3: Kontrol Perilaku berpengaruh secara positif pada niat untuk mengkonsumsi makanan halal. H3 diterima jika H3: $b3 > 0$ dengan kriteria jika $\alpha \leq 0,05$ maka signifikan

*H4: Pengetahuan berpengaruh secara positif pada sikap untuk mengkonsumsi makanan halal. H4 diterima jika H4: $b4 > 0$ dengan kriteria jika $\alpha \leq 0,05$ maka signifikan

Teknik dan Analisa Data

Teknik analisa data mengikuti salah satu acuan penelitian ini yaitu dari Aidah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015). Data yang sudah terkumpul berasal dari kuesioner selanjutnya di entri sesuai dengan kelompok variabel untuk diuji secara validitas dan reliabilitas. Analisa menggunakan SPSS dengan statistik deskriptif dan korelasi. Untuk menguji hipotesis dengan analisa regresi, sesuai dengan penelitiannya Syed Syah Alam (2011). Oleh karena itu langkah-langkahnya adalah: 1) Data yang terkumpul, di entri melalui program excell. 2) Data dari excell ditransfer ke program SPSS. 3) Pengujian validitas dan

reliabilitas. Menurut Suliyanto (2012), data dikatakan valid jika koefisien korelasi item terhadap total $\geq 0,3$ dengan r hitung $> r$ tabel, atau dengan melihat nilai $\text{sign} \leq \alpha$. Uji validitas biasanya menggunakan Pearson. Sedangkan Pengujian Reliabilitas, jika nilai $> 0,6$ maka dikatakan reliabel. Uji reliabilitas biasanya menggunakan Cronbach Alpha.

Pengujian Asumsi Klasik, Suliyanto (2011), terdiri dari: 1) Uji Normalitas. Dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov, data dikatakan normal jika berbentuk lonceng. Nilai $\text{sign} > 0,05$ adalah tidak signifikan, berarti data relatif sama dengan rata-rata sehingga disebut normal, sehingga data dapat diproses. 2) Uji non Multikolinieritas. Uji Multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui kekuatan korelasi antar variabel bebas. Jika $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinier. 3) Uji non Heteroskedastisitas, dilakukan antara lain dengan uji Glejser. Hal ini adalah untuk mengetahui adanya varian dalam model yang tidak sama (konstan). Caranya dengan meregresikan variabel bebas dengan variabel tergantung. Jika $p\text{-value} < 0,05$ berarti signifikan, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika $p\text{-value} > 0,05$ berarti tidak signifikan, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga data dapat diproses. 4) Uji non Otokorelasi. Ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar anggota serangkaian data observasi. Dengan Durbin Watson, regresikan variabel bebas terhadap variabel tergantung. 5) Uji Linieritas. Biasanya menggunakan MWD. Uji non Otokorelasi dan Linieritas dapat digunakan standar berikut:

DW	KESIMPULAN
$< dL$	Ada Otokorelasi (+)
$dL \text{ sd } dU$	Tanpa kesimpulan
$dU \text{ sd } 4 - dU$	Tidak ada Otokorelasi
$4 - dU \text{ sd } 4 - dL$	Tanpa kesimpulan
$\text{➤ } 4 - dL$	Ada Otokorelasi (-)

6) Analisa Regresi. Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Hal dapat digunakan untuk menguji hipotesis. 7) Analisa hasil uji, dll berupa Pengujian Hipotesis hingga Kesimpulan dan Keterbatasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perolehan data

Responden pada penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan minimal berusia 18 tahun yang saat diadakan penelitian, responden tinggal di lingkungan Universitas Islami di Purwokerto dan tidak membedakan jenis kelamin. Dari 130 kuesioner yang didistribusikan, yang kembali sekitar 120 kuesioner namun yang layak 118 kuesioner. Data ini selanjutnya diproses untuk kepentingan penelitian.

Proses Pengujian Data

Setelah melalui beberapa pengujian data, maka analisa untuk pengujian Regresi Berganda pada variabel Sikap, Norma subyektif, Kontrol perilaku terhadap Niat menggunakan data sebanyak 97. Sedangkan analisa untuk pengujian Regresi Sederhana pada variabel Pengetahuan terhadap Sikap menggunakan data sebanyak 97 maupun 118. Tahapannya adalah:

Pada hasil uji validitas dengan Pearson Correlation, semua dinyatakan valid karena nilai r per item terhadap total besarnya $> 0,3$ dengan signifikansi 2-tailed sebesar 0,000, yaitu pada hasil uji validitas variabel Sikap (X1), variabel Norma subyektif (X2), variabel Kontrol Perilaku (X3), dan variabel Niat (Y1). Begitu juga pada hasil validitas variabel Pengetahuan (X4) juga valid. Pada hasil uji Reliabilitas, nilai koefisien $> 0,6$ dinyatakan Reliabel tinggi. Nilai Alpha variabel sikap (X1) sebesar 0,877 dinyatakan reliabel. Nilai Alpha variabel norma subyektif (X2) sebesar 0,781 dinyatakan reliabel. Nilai Alpha variabel Kontrol Perilaku (X3) sebesar 0,810 dinyatakan reliabel. Nilai Alpha variabel Niat (Y1) sebesar 0,909 dinyatakan reliabel. Nilai Alpha variabel Pengetahuan (X4) sebesar 0,856 dinyatakan reliabel.

Hasil uji Normalitas data untuk Y1 dengan Kolmogorov Smirnov hasilnya Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,035 atau berarti $< 0,05$. Hal ini berarti nilai residual terstandarisasi dinyatakan tidak menyebar secara normal. Selanjutnya berupaya menghilangkan data yang jauh dari nilai mean, rata-rata tiap jawaban responden 30,8898. Dari 118 data tersisa 97 yang layak uji dengan hasil uji Kolmogorov Smirnov nilai Asymp.sign (2-tailed) sebesar 0,067, berarti $> 0,05$ dinyatakan data sudah terdistribusi normal. Hasil uji Normalitas data untuk Y2 juga dianggap normal.

Hasil Uji Multikolinieritas X1, X2, X3 dengan Y1. Nilai VIF untuk variabel sikap (X1) sebesar 1,551, variabel norma subyektif (X2) sebesar 1,243, variabel kontrol perilaku (X3) sebesar 1,493. Hal ini menunjukkan bahwa model tidak terjadi multikol karena nilai VIF < 10 (atau < 3) atau (nilai korelasi $< 0,5$). Hasil Uji Multikolinieritas X4 dengan Y2. Nilai VIF sebesar 1,000 (atau < 3) maka tidak terjadi multikol (nilai korelasi $< 0,5$).

Hasil Uji Heterokedastisitas X1, X2, X3, Y1. Nilai t hitung variabel sikap (X1) sebesar 0,940 dengan sign sebesar 0,349. Nilai t hitung variabel norma subyektif (X2) sebesar -1,628 dengan sign sebesar 0,107. Nilai t hitung variabel kontrol perilaku (X3) sebesar -1,055 dengan sign sebesar 0,294. Semua variabel nilai sign $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas X4, Y2. Nilai t hitung variabel pengetahuan (X4) sebesar 0,000 atau $< 0,05$ berarti terjadi heterokedastisitas. Selanjutnya dihitung dengan Logaritma (Ln), hasilnya masih Hetero. Dihitung kembali dengan logaritma

ke dua kali (L_n) hasilnya data masih terkena hetero. Dengan demikian peneliti memutuskan untuk melanjutkan penelitian ini meskipun terdapat keterbatasan pada hasil uji ini.

Hasil Uji Otokorelasi dan Linieritas pada X_1 , X_2 , X_3 , Y_1 . Nilai Durbin watson sebesar 1,924. Jumlah variabel bebas $K=3$ dengan n sampel sebanyak 97 dengan asumsi data hanya 95, pada tabel Nilai DW diketahui nilai d_l sebesar 1,602 dan $d_U = 1,732$. Maka, $4 - d_U = 4 - 1,732 = 2,268$. Berarti Nilai DW sebesar 1,924 berada diantara nilai d_U sd ($4 - d_U$) atau 1,732 sd 2,268, sehingga dapat dikatakan tidak ada otokorelasi.

Hasil Uji Linieritas DW- X_1^* , X_2^* , X_3^* adalah meregresikan variabel bebas terhadap variabel tergantung yaitu dengan mengkuadratkan nilai r korelasi tiap variabel bebas dengan Durbin Watson diperoleh hasil sebesar 1,883. Jumlah variabel bebas $K=3$ dengan n sampel sebanyak 97 dengan asumsi data hanya 95 pada tabel Durbin Watson diketahui nilai d_l sebesar 1,602 dan $d_U = 1,732$. Maka, $4 - d_U = 4 - 1,732 = 2,268$. Berarti Nilai DW sebesar 1,883 berada diantara nilai d_U sd ($4 - d_U$) atau 1,732 sd 2,268, yaitu pada posisi $d_U < dW \leq 4 - d_U$, sehingga dapat dikatakan tidak ada otokorelasi. Maka, baik sebelum diregresikan maupun sudah diregresikan, variabel X_1, X_2, X_3 memiliki persamaan regresi linier.

IV.3. Hasil dari Proses Regresi Berganda

Setelah diuji asumsi klasik, selanjutnya pengujian regresi berganda. Pada table Summary, a) Nilai R atau Multiple R sebesar 0,563 menunjukkan korelasi antar variabel bebas dengan variabel tergantung. Artinya, korelasi berganda antara variabel sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3) terhadap niat mengkonsumsi makanan halal (Y_1) adalah sebesar 0,563. b) Nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,316 berarti bahwa variasi niat mengkonsumsi makanan halal (Y_1) dapat dijelaskan oleh variasi 3 variabel yaitu variabel sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku sebesar 0,316 atau 31,6% atau dapat dikatakan bahwa ke tiga variabel tersebut mampu mempengaruhi niat sebesar 31,6%. Koefisien determinasi ini merupakan kuadrat dari nilai R sebesar 0,563. c) Nilai Adjusted R Square 0,294 merupakan koefisien determinasi yang sudah dikoreksi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel maupun ukuran sampel. Adjusted R Square sebesar 0,294 artinya, variasi niat dapat dijelaskan oleh variasi sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku sebesar 29,4% atau ke tiga variabel tersebut mempengaruhi niat sebesar 29,4%. d) Standar Error of the estimate sebesar merupakan penyimpangan antara persamaan regresi dengan nilai dependen riilnya sebesar 2,673 satuan variabel dependen (jika niat dalam satuan juta maka besarnya penyimpangan sebesar 2.673 juta). Semakin kecil nilai standar error, semakin baik persamaan regresi tersebut sebagai alat prediksi.

Pada Anova. a) Sum of Squares = 307,780 merupakan nilai yang menunjukkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai prediksi dengan nilai rata-rata prediksi. Sum of Squares Residual = 664,715 merupakan nilai yang menunjukkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai riil dengan nilai prediksi. Sum of Squares Total = 972,495 merupakan nilai yang menunjukkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai riil dengan nilai rata-rata Y riil. b) Df Regression (Degree of Freedom Regression) = 3. Nilai Df regression sebesar 3. Hal ini karena nilai $k-1$, jumlah

variabel dikurangi 1 ($4-1=3$). Df Residual (Degree of Freedom Residual) = 93. Nilai Df Residual sebesar 93. Hal ini karena $n-k$, jumlah pengamatan dikurangi jumlah variabel ($97-4=93$). Df Total (Degree of Freedom Total) = 96. Nilai Df Total sebesar 96. Hal ini karena nilai $n-1$, jumlah pengamatan dikurangi 1 ($97-1$) atau merupakan penjumlahan dari Df Regression dengan Df Residual. c) Mean Square Regression = 102,593 merupakan hasil pembagian dari Sum of Square Resgression dengan Degree of Freedom Regression. Mean Square Residual = 7,147 merupakan hasil pembagian dari Sum of Square Residual dengan Degree of Freedom Residual. d) F hitung = 14,354 dengan nilai Sign = 0,000 menunjukkan bahwa variabel bebas secara simultan mampu menjelaskan perubahan pada variabel tergantung atau model dinyatakan cocok atau Fit.

Pada tabel Coefficients. a) Model Persamaan. $Y1 = 4,509 + 0,090X1 + 0,641X2 + 0,289X3 + e$. b) Unstandardized Coefficients (Constant) = 4,509, merupakan konstanta yang berarti jika sikap ($X1$), norma subyektif ($X2$) dan Kontrol perilaku ($X3$) sama dengan nol maka Niat akan sebesar 4,509. Unstandardized Coefficients $X1 = 0,090$, merupakan koefisien regresi variabel sikap. Jika sikap naik sebesar satu satuan, maka niat akan naik sebesar 0,090. Unstandardized Coefficients $X2 = 0,641$, merupakan koefisien regresi variabel norma subyektif. Jika norma subyektif naik sebesar satu satuan, maka niat akan naik sebesar 0,641. Unstandardized Coefficients $X3 = 0,289$, merupakan koefisien regresi variabel kontrol perilaku. Jika kontrol perilaku naik sebesar satu satuan, maka niat akan naik sebesar 0,289. c) Standar Error (Constant) = 4,300, merupakan penyimpangan dari konstanta yang ada dalam model persamaan regresi. Standar Error menunjukkan semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi tersebut maka semakin berarti atau besar kontribusi variabel tersebut terhadap variabel tergantung. Standar Error $X1 = 0,111$, merupakan penyimpangan koefisien regresi variabel sikap. Standar Error $X2 = 0,150$, merupakan penyimpangan koefisien regresi variabel norma subyektif. Standar Error $X3 = 0,157$, merupakan penyimpangan koefisien regresi variabel kontrol perilaku. d) Standardized Coefficients (Beta) $X1 = 0,087$. Sikap merupakan koefisien jalur atau koefisien regresi tetapi semua variabelnya telah ditransformasi terlebih dahulu ke dalam bentuk standardized. Standardized Coefficients (Beta) $X2 = 0,409$. Norma subyektif merupakan koefisien jalur atau koefisien regresi tetapi semua variabelnya telah ditransformasi terlebih dahulu ke dalam bentuk standardized. Standardized Coefficients (Beta) $X3 = 0,192$. Kontrol perilaku merupakan koefisien jalur atau koefisien regresi tetapi semua variabelnya telah ditransformasi terlebih dahulu ke dalam bentuk standardized. e) $t - \text{Constant} = 1,049$ dengan besarnya nilai sign 0,297. Angka sign menunjukkan tingkat kesalahan pada t -constant. Semakin besar nilai sig berarti tingkat kesalahan makin besar. Karena besarnya sig dari t -constant $> 0,05$ maka tidak signifikan. Namun yang paling penting adalah sig dari variabel bebas. $t - X1 = 0,812$ dengan besarnya nilai sign 0,419, berarti $> 0,05$, maka tidak signifikan. $t - X2 = 4,275$ dengan besarnya nilai sign 0,000, berarti $< 0,05$, maka signifikan. $t - X3 = 1,836$ dengan besarnya nilai sign 0,70, berarti $> 0,05$, maka tidak signifikan.

Hasil dari proses regresi sederhana variabel Pengetahuan terhadap sikap

Pada variabel pengetahuan terhadap sikap, hasil uji heterokedastisitas menunjukkan terkena hetero sehingga data di Ln kan hingga 2x masih terkena hetero. Peneliti memutuskan tetap melanjutkan proses pengujian regresi ini dengan variabel dependen adalah LnY2 dan variabel independen adalah LnX4. a) Model Persamaan. $\text{LnY2} = 2,379 + 0,379\text{LnX4} + e$. b) Pada Unstandardized Coefficients, nilai konstanta sebesar 2,379 dengan t hitung sebesar 11,081 dengan signifikansi 0,000 maka dianggap signifikan. Variabel X4 dalam hal ini sudah di Ln kan, nilainya sebesar 0,379, berarti koefisien regresi variabel pengetahuan jika naik sebesar satu satuan akan meningkatkan variabel sikap sebesar 0,379 satuan. c) Standar error pada nilai konstanta sebesar 0,215. Standar error pada variabel pengetahuan sebesar 0,065. Nilai Standar Error menunjukkan semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi tersebut maka semakin berarti atau besar kontribusi variabel tersebut terhadap variabel tergantung. d) Nilai t pada konstanta sebesar 11,081 dan nilai t pada variabel pengetahuan sebesar 5,785 dengan masing-masing nilai signifikansi sebesar 0,000. Ini berarti variabel pengetahuan mampu mempengaruhi variabel sikap.

Hasil Proses Regresi sederhana menggunakan data asli

Untuk meyakinkan bahwa hasil uji regresi di atas setelah terkena hetero dan sudah di Ln kan hingga 2x masih hetero ternyata hasil regresi adalah signifikan, maka peneliti mencoba menguji regresi sederhana setelah dinyatakan valid dan reliabel sehingga tidak melalui uji asumsi klasik. Ini berarti menggunakan data asli sebanyak 118 untuk pengujian regresi variabel X4 dengan Y2. Pada tabel summary, a) Nilai R atau Multiple R sebesar 0,631 menunjukkan korelasi antar variabel bebas dengan variabel tergantung. Artinya, korelasi antara variabel Pengetahuan (X4), terhadap sikap (Y2) adalah sebesar 0,631. b) Nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,399 berarti bahwa variabel sikap mengkonsumsi makanan halal (Y2) dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan sebesar 0,399 atau 39,9% atau dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan tersebut mampu mempengaruhi sikap sebesar 39,9%. Koefisien determinasi ini merupakan kuadrat dari nilai R sebesar 0,631. c) Nilai Adjusted R Square 0,393 merupakan koefisien determinasi yang sudah dikoreksi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel maupun ukuran sampel. Adjusted R Square sebesar 0,393 artinya, variabel sikap dijelaskan oleh variabel pengetahuan sebesar 39,3%. d) Standar Error of the estimate sebesar merupakan penyimpangan antara persamaan regresi dengan nilai dependen riilnya sebesar 3,077 satuan variabel dependen (jika sikap dalam satuan juta maka besarnya penyimpangan sebesar 3.077 juta). Semakin kecil nilai standar error, semakin baik persamaan regresi tersebut sebagai alat prediksi.

Pada table Anova, a) Sum of Squares = 728,485 merupakan nilai yang menunjukkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai prediksi dengan nilai rata-rata prediksi. Sum of Squares Residual = 1098,803 merupakan nilai yang menunjukkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai riil dengan nilai prediksi. Sum of Squares Total = 1827,288 merupakan nilai yang menunjukkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai riil dengan nilai rata-rata Y riil. b) Df Regression (Degree of Freedom Regression) = 1. Nilai Df regression sebesar 1. Hal ini karena nilai k-1, jumlah

variabel dikurangi 1 ($2-1=1$). Df Residual (Degree of Freedom Residual) = 116. Nilai Df Residual sebesar 116. Hal ini karena $n-k$, jumlah pengamatan dikurangi jumlah variabel ($118-2=116$). Df Total (Degree of Freedom Total) = 117. Nilai Df Total sebesar 117. Hal ini karena nilai $n-1$, jumlah pengamatan dikurangi 1 ($118-1$) atau merupakan penjumlahan dari Df Regression dengan Df Residual. c) Mean Square Regression = 728,485 merupakan hasil pembagian dari Sum of Square Resgression dengan Degree of Freedom Regression. Mean Square Residual = 9,472 merupakan hasil pembagian dari Sum of Square Residual dengan Degree of Freedom Residual. d) F hitung = 76,906 dengan nilai Sign = 0,000 menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan perubahan pada variabel tergantung atau model dinyatakan cocok atau Fit.

Pada table Coefficients, a) Model Persamaan. $Y_2 = 18,139 + 0,706X_4 + e$. b) Pada Unstandardized Coefficients, nilai konstanta sebesar 18,139 dengan t hitung sebesar 8,605 dengan signifikansi 0,000 maka dianggap signifikan. Nilai X_4 sebesar 0,706. Berarti koefisien regresi variabel pengetahuan jika naik sebesar satu satuan akan meningkatkan variabel sikap sebesar 0,706 satuan. c) Standar error pada nilai konstanta sebesar 2,108. Standar error pada variabel pengetahuan sebesar 0,080. Nilai Standar Error menunjukkan semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi tersebut maka semakin berarti atau besar kontribusi variabel tersebut terhadap variabel tergantung. d) Nilai t pada konstanta sebesar 8,605 dan nilai t pada variabel pengetahuan sebesar 8,770 dengan masing-masing nilai signifikansi sebesar 0,000. Ini berarti variabel pengetahuan mampu mempengaruhi variabel sikap.

Analisa Hasil uji Regresi

Variabel Sikap tidak berpengaruh signifikan pada Niat konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Nor Marini Mochtar, et, al, (2014), karena sikap memiliki alasan pengaruh keluarga. Hasil penelitian dapat dimaklumi karena terdapat beberapa kajian perbedaan (gap) teori karena dalam Bilson Simamora (2004) dijelaskan bahwa Schiffman dan Kanuk (1997) menyatakan arti sikap adalah ekspresi perasaan (inner feeling), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Paul dan Olson (1999) menyatakan bahwa sikap adalah evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan seseorang. Engel (2006), sikap adalah suatu mental dan syaraf yang berkaitan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman, dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan dan/atau dinamis terhadap perilaku. Pada Kreitner dan Kinicki (2010) yang dijelaskan dalam Wibowo (2105), sikap (attitude) diartikan sebagai suatu kecenderungan yang dipelajari untuk merespon dengan cara menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten berkenaan dengan objek tertentu. Bahkan pada konsep TPB juga dijelaskan bahwa Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi melakukan perilaku yang positif atau negatif dan kontrol perilaku yang dirasakan diinformasikan oleh keyakinan tentang kepemilikan peluang individu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk terlibat dalam perilaku.

Variabel Norma subyektif yang berpengaruh positif signifikan pada Niat konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Syed Shah Alam (2011), dan Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015) dengan hasil norma subyektif berpengaruh positif pada niat. Rahimah Mohamed Yunos, et, al. (2014), norma subyektif berpengaruh pada niat. Hasil ini tidak sesuai dengan Aidah Abdul Khalek (2014) karena norma subyektif memiliki pengaruh yang kurang signifikan.

Variabel Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan pada Niat konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. Kedua variabel ini (sikap dan kontrol perilaku) tidak sesuai dengan hasil penelitian Syed Shah Alam (2011), dan Aiedah Abdul Khalek dan Sharifah Hayaati Syed Ismail (2015).

Beberapa pendapat para ahli dan hasil penelitian mengenai sikap dan juga kontrol perilaku tersebut justru membuktikan bahwa konsumen Indonesia tidak memiliki rencana yang baik dalam berniat mengkonsumsi makanan halal. Ini membuktikan bahwa karakteristik konsumen Indonesia belum sepenuhnya mampu mengadopsi konsep TPB.

Variabel pengetahuan berpengaruh positif pada sikap konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Ahlam Nuwairah Ahmad, Azmawani Abd Rahman, dan Suhaimi Ab Rahman; (2015) bahwa variabel pengetahuan tidak berkorelasi positif pada sikap. Namun hal ini dimaklumi karena J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (2013) menjelaskan bahwa konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk berbeda yang digunakan konsumen untuk menafsirkan informasi baru dan membuat keputusan pembelian. Fungsi-fungsi sikap menurut Daniel Katz dalam Sutisna (2002) terdiri dari fungsi utilitarian, fungsi ekspresi nilai, fungsi mempertahankan ego, dan fungsi pengetahuan. Pengetahuan produk adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini dapat mempengaruhi bagaimana konsumen mengakses produk (Rao & Monroe, 1988) dalam Mahiah Said, Faridah Hassan Rosidah Musa and Rahman, N.A; (2014).

Pengujian hipotesis

Dari beberapa hasil pengujian di atas, terlihat bahwa hasil pengujian regresi berganda variabel sikap (X1), norma subyektif (X2), kontrol perilaku (X3) terhadap Niat (Y1). Variabel X1 dan X3 diperoleh hasil tidak signifikan atau dapat dikatakan bahwa variabel Sikap dan Kontrol perilaku tidak berpengaruh positif signifikan pada niat. Ini berarti H1 dan H3 tidak diterima. Variabel X2 diperoleh hasil signifikan atau dapat dikatakan bahwa variabel Norma subyektif yang berpengaruh positif signifikan pada niat. Ini berarti H2 diterima. Selanjutnya hasil pengujian regresi variabel pengetahuan (X4) pada sikap (Y2) ternyata menunjukkan hasil signifikan sehingga H4 diterima.

Hasil pengujian hipotesis tersebut disimpulkan: a) Variabel Sikap tidak berpengaruh positif signifikan pada Niat konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. b) Variabel Norma subyektif yang berpengaruh positif signifikan pada Niat konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. c) Variabel Kontrol perilaku tidak berpengaruh positif signifikan pada Niat

konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. d) Variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan pada Sikap konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. Ini berarti variabel Pengetahuan mampu memprediksi Sikap konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. e) Beberapa pendapat para ahli dan hasil penelitian mengenai variabel sikap dan juga variabel kontrol perilaku yang tidak berpengaruh positif signifikan tersebut justru membuktikan bahwa konsumen Indonesia tidak memiliki rencana yang baik dalam berniat mengkonsumsi makanan halal. Ini membuktikan bahwa karakteristik konsumen Indonesia belum sepenuhnya mampu mengadopsi konsep TPB.

Keterbatasan dan Saran Penelitian

Pada pengujian heterokedastisitas antara variabel pengetahuan (X4) dengan variabel Sikap (Y2) dengan menunjukkan hasil terkena hetero meskipun data sudah di Ln lan hingga 2 kali (data sebanyak 118 menjadi 97), namun ketika dilanjutkan uji Regresi ternyata hasilnya signifikan. Peneliti selanjutnya ingin membuktikan pengujian regresi sederhana antara variabel pengetahuan dan sikap dengan menggunakan data asli setelah diuji validitas dan reliabilitas (sebanyak 118) dengan tidak melalui uji asumsi klasik. Hasil regresi variabel pengetahuan dan sikap menunjukkan hasil signifikan. Hal ini ini justru menemukan bukti bahwa pengujian regresi sederhana dapat dilakukan tanpa melalui pengujian asumsi klasik. Selanjutnya, peneliti menyarankan pada penelitian yang akan datang untuk menambah data pengamatan dan mencoba pengujian dengan analisa jalur yang tidak menggunakan uji asumsi klasik.

PENUTUP

Kesimpulannya,

1. Variabel Sikap dan Kontrol Perilaku tidak berpengaruh positif signifikan pada Niat konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal.
2. Variabel Norma subyektif yang berpengaruh positif signifikan pada Niat konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal.
3. Variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan pada Sikap konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal. Ini berarti variabel Pengetahuan mampu memprediksi Sikap konsumen Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal.
4. Beberapa pendapat para ahli dan hasil penelitian mengenai variabel sikap dan juga variabel kontrol perilaku yang tidak berpengaruh positif signifikan tersebut justru membuktikan bahwa konsumen Indonesia tidak memiliki rencana yang baik dalam berniat mengkonsumsi makanan halal. Ini membuktikan bahwa karakteristik konsumen Indonesia belum sepenuhnya mampu mengadopsi konsep TPB.

Kontribusi atau Manfaat Penelitian.

- 1) Memperoleh bukti bahwa konsep TPB belum sepenuhnya dapat diterapkan di Indonesia.
- 2) Pengetahuan mampu memprediksi pengaruhnya pada perilaku sikap.

- 3) Usulan TPB modifikasi dari Pengetahuan atau Theory of Planned Behavior, Attitude from Knowledge dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlan Nuwairah Ahmad, Azmawani Abd Rahman, dan Suhaimi Ab Rahman; (2015); “Assesing knowledge and religiosity on consumer behavior towards halal food and cosmetic products”; *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 5, No. 1, January.
- Aiedah Abdul Khalek, dan Sharifah Hayaati; (2015); “Why are Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption Among Generation Y in Malaysia”; *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 5, No. 7, July
- Aiedah Abdul Khalek; (2014). “Young consumer’s attitude towards halal food outlets and JAKIM’s halal certification in Malays”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121, 26 – 34
- Bilson Simamora; (2004); *Panduan Riset Perilaku Konsumen*; Gramedia, Jakarta
- Dyah Ismoyowati; (2015); “Halal Food Marketing: A Case Study on Consumer Behavior of Chicken-based Processed Food Consumption in Central Part of Java, Indonesia”; *Agriculture and Agricultural Sciene Procedia* 3, 169-172
- Engel et al (1995); *Perilaku Konsumen*; Binarupa Aksara, Jakarta
- Etta Mamang Sangaji dan Sopiah; (2013); *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*; Andi, Yogyakarta
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No. 4 tahun 2003
- Handi Irawan D; <http://www.marketing.co.id/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>. Diunduh tanggal 1/06/2016 pukul 20.50
- <http://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2015/11/20/83632/jumlah-pendudukdari-perempuan.html>. Diunduh tanggal 1 Mei 2016 pk 16.24 WIB.
- <http://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/islam/item248>. Diunduh tanggal 1 Mei 2016 pk 16.24 WIB.
- <http://dedy londong.blogspot.co.id/2011/10/dasar-penentuan-jumlah-sample.html>. Diunduh tanggal 2/06/2016 pukul 8.55
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Halal>. Diunduh tanggal 2/06/2016 pukul 9.24

<https://taniosutrisno.wordpress.com/2014/09/25/perilaku-konsumen-teori-ciri-ciri-dan-manfaat-perilaku-konsumen/>. Diunduh tanggal 1/06/2016 pukul 21.42

- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (2013); *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*; Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, dkk; (1999); *Manajemen Pemasaran-Perspektif Asea*; Andi, Yogyakarta
- Kotler & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, edisi kedelapan. Erlangga, Jakarta
- Maghfiroh; (2015); “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal LPPOM-MUI”; *Jurnal Economia*, Vol. 11, No. 2, Oktober
- Mahiah Said, et al; (2014); “Assesing Consumer’s Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia’s Halal Food Products”; *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014) 120 – 128
- Megawati Simanjuntak dan Muhammad Mardi Dewantara; (2014); “The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students”; *Asean Marketing Journal*, December -Vol.VI- No.2- 65-76
- Nor Marini Mochtar, et al; (2014); “Ayamas Food Corporation Sdn. Bhd: A Study on the factors of consumer behavior towards halal product selection”; *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121, 166 – 185
- Pibool Waijittragum; (2016); “Design trends of Thai halal products packaging for muslim country: Malaysia convenience goods”; *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 6, No. 2, February
- Rahimah Mohamed Yunos, et al; (2014); “Understanding Mechanisms to Promote halal industry-the stakeholder’s views”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130,160 – 166
- Saifuddin Azwar; (2015); *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*; Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Sariwati Mohd Shariff, Nurul Akma Abd Lah; (2014); “Halal Certification on Chocolate”. A Case Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121, 104 – 112
- Sazelin Arif dan Ridzwan Ahmad; (2011); “Food Quality standards in developing quality human capital: An Islamic perspective”; *African Journal of Business Management*, Vol. 5 (31), pp. 12242-12248, 7 December
- Suliyanto; (2011); *Ekonometrika Terapan, Teori & Aplikasi dengan SPSS*; Andi, Yogyakarta

- Suliyanto; (2012); *Praktikum Analisis Statistik, Alat Analisis dalam Aplikasi Penelitian; Program Pascasarjana Magister Sains Ekonomi Manajemen Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto*
- Sutisna; (2002); *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran; PT Remaja Rosdakarya, Bandung*
- Syed Shah Alam dan Nazura M ohamed Sayuti; (2011); “Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing”; *International Journal of Commerce and Management. Vol. 21. No. 1, Pp. 8-20*
- Syaamil Al Qur’an; (2009); *Terjemah Per-Kata Type Hijaz; Departemen Agama RI; Sygma, Bandung*
- Wibowo; (2015); *Perilaku Dalam Organisasi; PT RajaGRAfindo Persada, Jakarta*
- Zakiah Samori, Amal Hayati Ishak, Nurul Himmah Kassan; (2014); “Understanding the Development of Halal Food Standard: Suggestion for Future Research”; *International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 4, No. 6, November.*