

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN *PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL* (PBC) TERHADAP INTENSI MEMBELI PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL PADA MASYARAKAT DESA CIPEUJEUH-KABUPATEN BANDUNG

THE INFLUENCE OF ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM AND PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL (PBC) TO THE INTENTION OF BUYING HALAL PRODUCTS FOOD IN THE VILLAGE CIPEUJEUH-BANDUNG REGENCY

Yuli Setiawan¹, Retno Setyorini²

Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹youliesetiawan@gmail.com, ²ennosrini@gmail.com

Abstrak

Mengonsumsi produk halal menurut keyakinan agama merupakan Hak warga negara yang dijamin Undang-undang Dasar 1945 yang sesuai pada falsafah pancasila dan Agama. Mengonsumsi produk halal saat ini juga menjadi persoalan tersendiri di lingkungan masyarakat, umumnya ketidaktepatan dalam mengecek label halal adalah permasalahan yang seringkali dihadapi masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan *Perceived behavioral control* terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung dengan menggunakan *theory of planned behavior* dari Ajzen (2005). Penelitian ini menggunakan desain non-eksperimental dimana variabel yang ada dilihat apa adanya tanpa ada manipulasi dari peneliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Jumlah dari subjek dalam penelitian ini adalah 374 orang. Hasil perhitungan analisis regresi menunjukkan bahwa intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh dipengaruhi oleh variabel Norma Subjektif (*Normatives Beliefs* dengan kontribusi dalam memengaruhinya sebesar 11.3% dan *Motivation to comply* dengan Kontribusi dalam memengaruhi intensi adalah 11% Sementara variabel lainnya ; Sikap (*Behavior beliefs, Evaluation of behavior*), *Perceived Behavior Control* (*Control beliefs dan Perceived power*) tidak memengaruhi secara signifikan terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung.

Kata kunci : Sikap, Norma Subjektif, *Perceived behavioral control*, Intensi membeli

Abstract

Consuming halal products according to religious belief is guaranteed rights of citizens Actually of 1945 which according to the philosophy of Pancasila and religion. The Consuming halal products is currently also a separate issue in society, generally inaccuracy in check halal label is often the problems facing society. The purpose of this study was to determines the influence of attitude, subjective norm and Perceived behavioral control on intention to buy products labeled as halal food in the village of Cipeujeuh-Bandung Regency using the theory of planned behavior of Ajzen (2005). This study used a non-experimental design in which the variables are examined for what it is without any manipulation of the researchers, the method used in this research is descriptive quantitative. The number of subjects in this study were 374 people. Calculation results of regression analysis showed that the intention of buying a product labeled halal food in the village of Cipeujeuh influenced by the variable Subjective Norms (*normatives Beliefs* with the contribution of 11.3% in influencing and *Motivation to comply* with Contributions in influencing the intention is 11% While other variables; attitudes (*Behavior beliefs, Evaluation of behavior*), *Perceived behavior Control* (*Control beliefs and Perceived power*) does not influence significantly to the intention to buy products labeled as halal food in the village of Cipeujeuh- Bandung regency.

Keywords: Attitude, Subjective norm, *Perceived behavioral control*, Intention of buying

1. PENDAHULUAN

Mengonsumsi produk halal menurut keyakinan agama merupakan Hak warga negara yang dijamin Undang-undang Dasar 1945 yang sesuai pada falsafah pancasila dan Agama. Dengan demikian, mengonsumsi produk halal menjadi persoalan di lingkungan masyarakat serta menjadi tanggung jawab negara dengan basis pada pemikiran yang sama, yakni terjaminnya produk halal. Kejujuran seorang produsen, kewaspadaan konsumen, serta regulasi pemerintah merupakan kesatuan integral penegakkan hukum mengenai produk halal.

Masalah yang terjadi pada produk halal adalah mengenai sertifikasi halal yang bertujuan melindungi masyarakat dari produk haram dan membahayakan kesehatan, Namun kerap kali terjadi silang kepentingan dalam implementasinya, terutama antara produsen dan konsumen dan akibatnya masyarakatlah sebagai konsumen yang menjadi korbannya.

Memerhatikan kehalalan produk adalah sebuah keharusan di Indonesia, hal ini karena 87,2 % penduduk Indonesia memeluk agama Islam sehingga mengharuskan Unit bisnis yang memproduksi dan menawarkan produk sandang dan pangan harus memiliki jaminan kehalalan atau biasa disebut Sertifikasi halal. (Utami, 2013)

Di Indonesia, salah satu provinsi yang memiliki angka sertifikasi produk halal terendah adalah Jawa barat khususnya di kalangan UKM (sumber: jabarprov.go.id di akses 8 oktober 2014). Kondisi tersebut berlawanan dengan posisi Jawa barat sebagai provinsi dengan jumlah penduduk muslim terbesar di Indonesia, menurut data BPS tercatat sebanyak 41.763.592 jiwa memeluk agama islam dan salah satu daerah di Jawa barat yang memiliki angka sertifikasi halal terendah di kalangan UKM adalah Kabupaten Bandung. Berdasarkan data LPPOM MUI Jawa barat, UKM yang telah tersertifikasi di Kabupaten Bandung tercatat 50 sertifikasi pada tahun 2013 untuk kategori Umum, selanjutnya menurun dibandingkan dengan tahun 2012 sebanyak 69 Sertifikasi Halal, sedangkan tahun 2011 dan 2010 sebanyak 73. Penurunan jumlah sertifikasi didasari atas terbatasnya modal yang dimiliki oleh UKM, para pelaku UKM sebelumnya telah mendapatkan fasilitas dana dari pemerintah untuk melakukan sertifikasi halal namun karena masa sertifikasi halal hanya bertahan selama dua tahun maka para UKM harus mendaftarkan ulang sertifikasi halal dan untuk melakukan pendaftaran ulang, pelaku UKM harus membayar biaya administrasi yang cukup besar. Kondisi tersebutlah yang menyebabkan UKM tidak melakukan sertifikasi halal kembali sehingga terjadi penurunan sertifikasi halal di tahun 2013 (sumber: wawancara LPPOM MUI Jawa barat, 6 November 2014). Salah satu

kecamatan di Kabupaten Bandung yang akan sangat dirugikan adalah kecamatan Pacet tepatnya di Desa Cipeujeuh, 99% penduduk di desa ini beragama Islam selain itu desa Cipeujeuh juga terkenal dengan desa Religius. (www.untag.net). Ajzen (2005) menyebutkan bahwa intensi adalah kemungkinan subjektif individu untuk menampilkan suatu tingkah laku. Intensi merupakan salah satu prediktor yang baik dalam meramalkan kemungkinan individu untuk menampilkan suatu perilaku. Ajzen (2005) menyebutkan bahwa terdapat 3 komponen pembentuk intensi yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*.

Dalam penelitian ini peneliti akan fokus pada Intensi membeli masyarakat tepatnya di Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung, dimana Desa Cipeujeuh merupakan salah satu desa di Kecamatan Pacet yang mayoritas penduduknya beragama islam serta salah satu desa dengan tingkat pendapatan terendah (Sumber :BPS 2013). Berdasarkan hal-hal tersebut peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan *Perceived Behavioral Control*(PBC) terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Theory of planned behavior*

Theory of reasoned action menyebutkan bahwa komponen terbentuknya intensi ada 2 yaitu *attitude toward behavior* dan *subjective norm*. Ajzen dan fishbein (1975, dalam Ajzen, 2005) menganggap bahwa *attitude toward behavior* dan *subjective norm* yang merupakan sumber motivasi bagi individu dalam menampilkan suatu perilaku, sudah cukup untuk meramalkan suatu perilaku. Ajzen kemudian melihat bahwa alasan subjektif individu tidak cukup untuk meramalkan perilaku yang akan dilakukan oleh individu. Ajzen menganggap bahwa sebelum melakukan suatu hal, individu akan mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti apakah individu akan mampu untuk melakukan suatu perbuatan atau adakah faktor eksternal yang dapat menghambat individu dalam melakukan suatu perbuatan.

Dalam Ajzen (2005) disebutkan bahwa terdapat tiga komponen pembentuk intensi yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Ketiga komponen tersebut akan saling mempengaruhi satu sama lain yang kemudian akan membentuk intensi.

2.1.1 *Attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku)

Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu objek dalam bentuk

kesukaan atau ketidaksukaan. Sedangkan, Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi positif atau negatif individu dalam melakukan suatu perilaku yang diinginkan (Ajzen, 2005). Untuk dapat mengukur sikap terhadap perilaku, perlu untuk menggali *behavioral beliefs* dan *outcome evaluation* pada individu.

2.1.2 Subjective norm (norma subjektif)

Subjective norm merupakan kepercayaan individu mengenai tuntutan dan keinginan dari orang-orang yang dianggap penting oleh individu (*significant others*), tuntutan tersebut berupa perilaku yang sebaiknya dilakukan dan tidak dilakukan oleh individu. Orang-orang yang dianggap penting bisa berupa orang tua, teman, rekan kerja, guru, pemimpin, dan lainnya (Ajzen, 2005). Dalam mengukur *Subjective norm*, perlu melihat *injunctive normative beliefs* dan *motivation to comply* pada diri individu. *Injunctive normative beliefs* merupakan kepercayaan individu terkait dengan persetujuan orang yang dianggap penting mengenai tingkah laku apa yang seharusnya dan tidak seharusnya ditampilkan.

2.1.3 Perceived behavioral control

Persepsi tentang kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya dalam menampilkan suatu perilaku dan merupakan refleksi dari pengalaman masa lalu dan bentuk antisipasi dari suatu hambatan (Ajzen, 2005).

Ajzen (2005) menyebutkan, untuk mengukur persepsi tentang kontrol perilaku, perlu untuk mengetahui *control of belief strength* dan *perceived power*.

2.2 Intensi

Ajzen (2005) menyebutkan bahwa intensi adalah kemungkinan subjektif individu untuk menampilkan suatu tingkah laku. Intensi mengacu pada dimensi kemungkinan individu yang terkait pada hubungan individu dengan suatu tingkah laku. Intensi merupakan prediktor yang baik meramalkan suatu perilaku yang akan dilakukan oleh individu. Banyak teori dari *health behavior* yang menyebutkan bahwa intensi memiliki kemampuan yang paling baik dalam meramalkan perbuatan yang akan dilakukan oleh individu.

2.3 Label halal

2.3.1 Label

Labeling berkaitan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang menempel atau melekat pada produk.

2.3.2 Halal

Halal berasal dari bahasa Arab yang berarti diperbolehkan atau sah (Ahmad H. Sakr(1996:23). Secara Etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Sertifikat Halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi Pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam yaitu :

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi ;
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti ;
- c. Bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
- d. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam;
- e. Semua tempat penyimpanan , tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam;
- f. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung *kham*

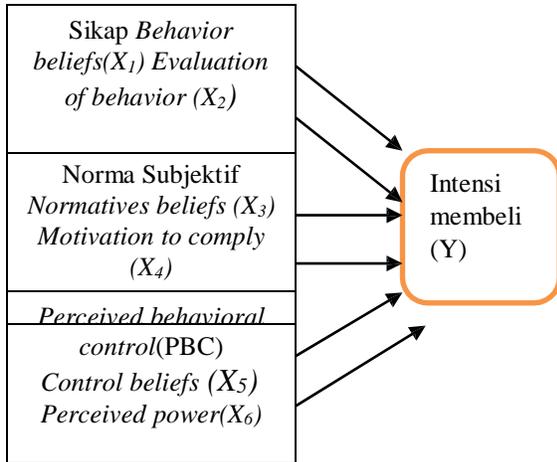
2.3.3 Label halal

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan menyebutkan label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan.



Gambar 1 : Label halal resmi MUI

Berdasarkan teori-teori tersebut, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

“Terdapat pengaruh secara simultan dan parsial antara sikap, norma subjektif dan *perceived behavioral control* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memberikan sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek yang relevan dengan peristiwa yang diteliti dari sudut pandang seseorang, organisasi, orientasi industri maupun lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa Cipeujeuh. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari kantor Balaidesa, jumlah penduduk di Desa Cipeujeuh hingga tahun 2013 adalah sejumlah 5.887 jiwa Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah Probabilitas (*probability sampling*) dengan menggunakan metode *random sampling*.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$= \frac{5.887}{5.887 \cdot (0.05)^2 + 1}$$

$$= 374.5$$

Dan berdasarkan perhitungan, jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak 374:

Penelitian ini menggunakan Analisis Deskriptif untuk mengetahui pengaruh *theory of planned behavior* terhadap intensi membeli masyarakat Desa Cipeujeuh.. Masing-masing item pernyataan disertai dengan lima alternatif jawaban yang yang harus

dipilih sesuai dengan pendapat responden. Dari jawaban tersebut, kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan berdasarkan persentase dan nilai jenjang.

Hipotesis penelitian ini terdiri dari hipotesis simultan dan parsial. Hipotesis simultan pada penelitian ini adalah :

- a. $H_0: \rho_{X_1} = \rho_{X_2} = \rho_{X_3} = \rho_{X_4} = \rho_{X_5} = \rho_{X_6} = \rho_{Y} = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara Sikap. Norma subjektif dan Perceived behavioral control terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung.
- b. $H_1: \rho_{X_1} = \rho_{X_2} = \rho_{X_3} = \rho_{X_4} = \rho_{X_5} = \rho_{X_6} = \rho_{Y} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara Sikap. Norma subjektif dan Perceived behavioral control terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung.

Sedangkan hipotesis parsial pada penelitian ini antara lain :

- a. $H_0: \rho_{X_1} = 0$, artinya tidak ada pengaruh *Behavior beliefs* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- b. $H_1: \rho_{X_1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Behavior belief* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- c. $H_0: \rho_{X_2} = 0$, artinya tidak ada pengaruh *Evaluation of behavior* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- d. $H_1: \rho_{X_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Evaluation of behavior* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- e. $H_0: \rho_{X_3} = 0$, artinya tidak ada pengaruh *Normatives beliefs* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- f. $H_1: \rho_{X_3} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Normatives beliefs* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung

- g. $H_0 : \beta_{X_4} = 0$, artinya tidak ada pengaruh *Motivation to comply* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- h. $H_1 : \beta_{X_4} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Motivation to comply* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- i. $H_0 : \beta_{X_5} = 0$, artinya tidak ada pengaruh *Control beliefs* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- j. $H_1 : \beta_{X_5} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Control beliefs* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- k. $H_0 : \beta_{X_6} = 0$, artinya tidak ada pengaruh *perceived power* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung
- l. $H_1 : \beta_{X_6} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *perceived power* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah responden 203 orang atau sekitar 54% , sedangkan jumlah responden Laki-laki sekitar 171 orang atau sekitar 46% dari total 374 responden. Berdasarkan Usia, mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 26-30 tahun sebanyak (28%), diikuti usia 31-35 (19%), usia 36-40 tahun (18%), usia 46-50 tahun (11%),usia 41-45 tahun(10), usia 20-25 tahun (8%) dan usia 51-55 tahun (6%). Sementara berdasarkan jenjang pendidikan mayoritas responden memiliki riwayat pendidikan lulusan SMA/SMK yakni sebanyak 57% sedangkan responden yang memiliki jenjang pendidikan perguruan tinggi adalah yang terendah.Selanjutnya responden berdasarkan Rukun Warga yang memiliki sampel terbanyak adalah RW 3 sebanyak 16%,dan RW yang memiliki sampel terendah adalah RW 4 yakni sebanyak 6%.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan membandingkan skor perolehan pada jawaban kuesioner dengan skor tanggapan yang diharapkan. Tanggapan responden terhadap variabel *Behavior*

beliefs(X_1) adalah sebesar 4.495, sedangkan persentase tanggapan yang diharapkan adalah $5 \times 3 \times 374 = 5.610$. Maka persentase yang diperoleh adalah 80.1%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori "Setuju".

Tanggapan responden untuk variabel *Evaluation of behavior* adalah sebesar 2.843, sedangkan persentase tanggapan yang diharapkan adalah $5 \times 2 \times 374 = 3.740$. Maka persentase yang diperoleh adalah 76%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori "Setuju".

Tanggapan responden untuk variabel *Normatives beliefs* adalah sebesar 3.423, sedangkan persentase tanggapan yang diharapkan adalah $5 \times 3 \times 374 = 5.610$. Maka persentase yang diperoleh adalah 61,%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori "Ragu-ragu".

Tanggapan responden untuk variabel *Motivation to comply* adalah sebesar 3.849, sedangkan persentase tanggapan yang diharapkan adalah $5 \times 3 \times 374 = 5.610$. Maka persentase yang diperoleh adalah 68.6%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori "Ragu-ragu".

Tanggapan responden untuk variabel *Control beliefs* adalah sebesar 3.892, sedangkan persentase tanggapan yang diharapkan adalah $5 \times 3 \times 374 = 5.610$. Maka persentase yang diperoleh adalah 69.3%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori "Ragu-ragu".

Tanggapan responden untuk variabel *Perceived power* adalah sebesar 2.676, sedangkan persentase tanggapan yang diharapkan adalah $5 \times 2 \times 374 = 3.740$. Maka persentase yang diperoleh adalah 71.5%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori "Setuju".

Tanggapan responden untuk variabel Intensi masyarakat adalah sebesar 2.929, sedangkan persentase tanggapan yang diharapkan adalah $5 \times 2 \times 374 = 3.740$. Maka persentase yang diperoleh adalah 77,8%. Persentase tersebut termasuk ke dalam kategori "Setuju".

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh dari *Behavior beliefs* (X_1), *Evaluation of behavior* (X_2), *Normatives beliefs* (X_3), *Motivation to comply*(X_4) , *Control beliefs* (X_5) dan *Perceived power*(X_6) terhadap Intensi membeli (Y) maka digunakan metode analisis linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + bX_6 + e$$

Keterangan :

- Y : Intensi membeli
 a : konstanta
 b : koefisien regresi
 X_1 : *Behavior beliefs*

- X₂ : Evaluation of behavior
- X₃ : Normatives beliefs
- X₄ : Motivation to comply
- X₅ : Control beliefs
- X₆ : Perceived power
- e : Variabel pengganggu

Hasil pengolahan software SPSS untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut:

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	28,737	6	4,790	4,240	,000 ^b
Residual	414,557	36	1,130		
Total	443,294	37			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₆, X₄, X₃, X₁, X₂, X₅

Hasil signifikansi pada Tabel menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y karena 0,000 < 0,05. Dengan demikian H₀ diteolak dan H₁ diterima.

Untuk menentukan persamaan regresi, dapat dilihat pada Tabel berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,970	,849	7,034	,000		
	X ₁	,016	,045	,018	,352	,979	1,021

X ₂	,008	,053	,008	,158	,875	,966	1,035
X ₃	,113	,033	,176	3,468	,001	,988	1,012
X ₄	,110	,036	,159	3,060	,002	,947	1,055
X ₅	-,058	,031	-,100	1,887	,060	,909	1,101
X ₆	-,004	,039	-,005	-,102	,929	,973	1,028

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengolahan statistik diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5.970 + 0.016 X_1 + 0.008 X_2 + 0.113 X_3 + 0.110 X_4 - 0.058 X_5 - 0.004 X_6 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat ditarik beberapa kesimpulan, Antara lain:.

4.4 PENGUJIAN HIPOTESIS

4.4.1 Pengujian Hipotesis Simultan

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel terikat (Y), dilakukan uji dengan menganalisis nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel. Mencari nilai Ftabel dapat dilakukan dengan menghitung besarnya df numerator (df1) yang merupakan banyaknya variabel bebas pada penelitian, dan menghitung besarnya df denominator (df2) yang merupakan hasil dari perhitungan jumlah responden – jumlah variabel bebas – 1.

Besarnya df1 pada penelitian ini adalah , dan besarnya df2 adalah 194 yang didapat dari hasil perhitungan (200-5-1) sehingga didapat nilai Ftabel sebesar 2,26. Hasil analisis data dan uji pengaruh simultan dengan menggunakan software SPSS 20.

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H₀: Tidak terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara sikap (*behavior beliefs*, *Evaluation of behavior*), norma subjektif (*Normatives beliefs*, *Motivation to comply*) dan *Perceived behavior control* (*control beliefs*, *perceived power*) terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal

pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung..

- b. H_1 : Terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara sikap (*behavior beliefs, Evaluation of behavior*), norma subjektif (*Normatives beliefs, Motivation to comply*) dan *Perceived behavior control* (*control beliefs, perceived power*) terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung.

Dari hasil pengujian hipotesis secara simultan pada dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh elemen sikap, norma subjektif dan *perceived behavior control* terhadap intensi membeli. Hasil F_{hitung} adalah 4,240 yang dibandingkan dengan F_{tabel} (2,26), dimana nilai F_{hitung} kurang dari nilai F_{tabel} yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Tidak terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara sikap (*behavior beliefs, X₁*) (*Evaluation of behavior, X₂*), norma subjektif (*Normatives beliefs, X₃*), (*Motivation to comply, X₄*) dan *Perceived behavior control* (*control beliefs, X₅*) (*perceived power, X₆*) terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung (Y).

4.4.2 Pengujian Hipotesis Parsial

Berikut adalah penjelasan dari setiap elemen berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial:

a. *Behavior Beliefs (X₁)*

Pengaruh *behavior beliefs (X₁)* terhadap variabel Intensi membeli (Y) menghasilkan t hitung sebesar 0.352. Syarat pada uji hipotesis secara parsial adalah t hitung > t tabel (1.960). Berdasarkan hasil perhitungan, t hitung pada X_1 kurang dari t tabel, dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel X_1 tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh.

b. *Evaluation of behavior (X₂)*

Pengaruh *Evaluation of behavior (X₂)* terhadap variabel Intensi membeli (Y) menghasilkan t hitung sebesar 0.158. Syarat pada uji hipotesis secara parsial adalah t hitung > t tabel (1.960). Berdasarkan hasil perhitungan, t hitung pada X_2 lebih kecil dari t tabel, dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel X_2 tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh.

c. *Normatives Beliefs (X₃)*

Pengaruh *Normatives beliefs (X₃)* terhadap variabel Intensi membeli (Y) menghasilkan t hitung sebesar 3.458. Syarat pada uji hipotesis secara parsial adalah t hitung > t tabel (1,960). Berdasarkan hasil perhitungan, t hitung pada X_3 lebih besar dari t tabel, dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel X_3 mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh..

d. *Motivation to comply (X₄)*

Pengaruh *Motivation to comply (X₄)* terhadap variabel Intensi membeli (Y) menghasilkan t hitung sebesar 3.060. Syarat pada uji hipotesis secara parsial adalah t hitung > t tabel (1.960). Berdasarkan hasil perhitungan, t hitung pada X_4 lebih besar dari t tabel, dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel X_4 mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh..

e. *Control Beliefs (X₅)*

Pengaruh *Control beliefs (X₅)* terhadap variabel Intensi membeli (Y) menghasilkan t hitung sebesar -1.187. Syarat pada uji hipotesis secara parsial adalah t hitung > t tabel (1.960). Berdasarkan hasil perhitungan, t hitung pada X_5 kurang dari t tabel, dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel X_5 tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh.

f. *Perceived Power (X₆)*

Pengaruh *perceived power (X₆)* terhadap variabel Intensi membeli (Y) menghasilkan t hitung sebesar -0.102. Syarat pada uji hipotesis secara parsial adalah t hitung > t tabel (1.960). Berdasarkan hasil perhitungan, t hitung pada X_6 kurang dari t tabel, dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel X_6 tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pengujian hipotesis yang telah dikemukakan di dalam BAB 4, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan secara keseluruhan dari sikap, norma subjektif dan *perceived behavioral control (PBC)* terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung. Hal tersebut dikarenakan hasil penelitian menunjukkan F hitung yang dihasilkan > F tabel, penelitian dikatakan

berpengaruh signifikan apabila F hitung yang dihasilkan > F tabel. Kemudian dilihat dari koefisien regresi masing-masing IV terdapat dua dari enam IV yang secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi membeli produk makanan berlabel halal, yaitu *Normatives beliefs* dengan menyumbang sebesar 3.458 > t tabel (1.960) sementara *Motivation to comply* menyumbang sebesar 3.060 > t tabel (1.960). Dengan demikian, yang memengaruhi intensi membeli produk makanan berlabel halal pada masyarakat Desa Cipeujeuh adalah keyakinan masyarakat Desa Cipeujeuh terhadap industri usaha/toko di sekitar Desa telah terjamin kehalalan produk usahanya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung seharusnya mulai terbiasa untuk teliti mengecek kehalalan produk baik melihat label halal/bertanya pada pelayan toko saat membeli produk khususnya makanan. Dengan teliti dan cermat dalam mengecek label halal berarti memberikan kemananan dan ketenangan tersendiri bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk khususnya makanan. Masyarakat Desa Cipeujeuh seharusnya juga mulai menyadari akan kerugian yang akan didapat apabila tidak teliti dalam mengecek kehalalan produk, selain rugi dari segi kesehatan juga rugi secara rohaniyah.

5.2.2 Saran Metodologis

1. Variasi dari ke enam variabel (*behavior beliefs, Evaluation of behavior, Normatives beliefs, Motivation to comply, Control beliefs, Perceived power*) menunjukkan tidak berpengaruh signifikan. Hasil penelitian menyatakan pengaruh variabel yang diteliti masih kecil. Oleh karena itu, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar meneliti pengaruh variabel –variabel lain yang memengaruhi intensi membeli selain yang digunakan oleh peneliti.
2. Penelitian ini hanya meneliti intensi membeli produk makanan berlabel halal, diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang tidak hanya sampai pada intensi membeli saja, tetapi juga meneliti bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku membeli pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alam, S.S., dan Sayuti, N.M. (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.

- [2] Christopher J. Armitage, Mark Conner. (2001). *Efficacy of The theory of planned behavior A-meta analytic review. The british Psychological society*
- [3] Icek Ajzen dan Jane Klobas. (2013). *Fertility intention :an approach based on theory of planned behavior. Demographic research*
- [4] Adrian Hartanto. (2014). *Intensi Kembali Berjualan di jalan Pedagang Kaki Lima yang direlokasi. Universitas Padjajaran*
- [5] Rahmah (2011). *Pengaruh sikap, norma subjektif dan PBC terhadap intensi membeli buku Referensi kuliah ilegal pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*
- [6] Ari Ari Catur Siwi dan SITO MEIYANTO. (2002). *Intensi membeli kosmetika pemutih kulit ditinjau dari kelengkapan informasi produk pada label kemasan. Universitas Gadjah Mada*
- [7] Utami Budi Wahyu (2013), "Pengaruh Label halal terhadap keputusan membeli (survei pada pembeli produk kosmetik wardah di outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta)", *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*
- [8] Sakr, Ahmad H. (1996). *Understanding Halal Foods & Fallacies Facts*. Lombard: Foundation For Islamic Knowledge
- [9] Sevilla, DKK (1993). *Pengantar metode penelitian*. Jakarta: UI Press
- [10] Sugiyono (2010). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- [11] Dickinger, Astrid & Haghirian, Parissa. (2004). *An Investigation and Conceptual Model of SMS Marketing. Hawaii International*
- [12] Unyoto, Danang (2010). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS
- [13] World Halal Forum (2014). *pergerakan pasar produk halal*, http://www.worldhalalforum.org/whf_intro.html (diakses, 20 september 2014)
- [14] Pemerintah Provinsi Jawa Barat (2014). *tingkat Sertifikasi halal di Jawa Barat*, http://jabarprov.go.id/index.php/news/5254/Disindag_Tingkatkan_Bantuan_Sertifikasi_Halal (diakses 8 Oktober 2014)