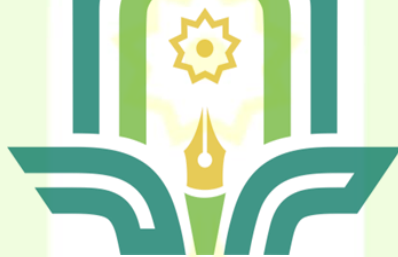


**PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, HARGA DAN ETIKA
BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK NASI JAGUNG (STUDI KASUS KONSUMEN DI
WARUNG MAKAN NASI JAGUNG MAK SITI
BANDAR, BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

SINTA ASIH
NIM. 4120200

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, HARGA DAN ETIKA
BISNIS ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK NASI JAGUNG (STUDI KASUS KONSUMEN DI
WARUNG MAKAN NASI JAGUNG MAK SITI
BANDAR, BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

SINTA ASIH
NIM. 4120200

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sinta Asih

NIM : 4120200

Judul Skripsi : **Pengaruh *Healthy Lifestyle*, Harga, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nasi Jagung (Studi Kasus Konsumen di Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti Bandar, Batang)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya, Demikian pernyataan ini penulis buat sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Februari 2025

Yang menyatakan,



Sinta Asih

NIM 4120200

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Sdr/i. Sinta Asih

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarakatuh

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini Saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Sinta Asih

NIM : 4120200


Judul Skripsi : **Pengaruh *Healthy Lifestyle*, Harga, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nasi Jagung (Studi Kasus Konsumen di Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti Bandar, Batang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, Saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Pekalongan, 13 Februari 2025

Pembimbing,


Ria Anisatus Sholihah, S.E., M.S.A

NIP. 198706302018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :


Nama : Sinta Asih
NIM : 4120200
Judul : Pengaruh *Healthy Lifestyle*, Harga, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nasi Jagung (Studi Kasus Konsumen di Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti Bandar, Batang)
Dosen Pembimbing : Ria Anisatus Sholihah, M.S.A


Telah diujikan pada hari kamis, 11 Maret 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Ali Amin Aslandiar, M.Ag
NIP. 197806120031003


H. Muhammad Nasrullah, M.S.I
NIP. 1980112820006041003

Pekalongan, 18 Maret 2025

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

Cobaan hidupmu bukanlah untuk menguji kekuatan dirimu. Tapi menakar seberapa besar kesungguhan dalam memohon pertolongan kepada Allah.

Ibnu Qoyyim

Jangan iri hati dengan apa yang orang lain miliki, membandingkan adalah pencuri kebahagiaan.

Merry Riana



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam penyelesaian Skripsi ini. Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Arifin dan Ibu Siti Qomariyah yang selalu melangitkan doa-doa baik, dukungan materil, moril, tuntutan dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu.
2. Kakak-kakak yang ku sayangi Turitno dan Widati yang selalu memberikan kebahagiaan, dukungan serta semangat.
3. Diri saya sendiri karena telah mampu berusaha dan berjuang sampai titik ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar dan tidak memilih untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ria Anisatus Sholihah, S.E., M.S.A. selaku Dosen Pembimbing, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dosen wali saya selama kuliah di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
6. Almamater tercinta UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, khususnya Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Sahabat dan teman-teman serta semua yang memberikan dukungan dan telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian dengan berlipat-lipat kebaikan dan semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca.

ABSTRAK

SINTA ASIH. Pengaruh *Healthy Lifestyle*, Harga dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nasi Jagung (Studi Kasus Pada Konsumen Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti Bandar)

Evolusi gaya hidup modern secara signifikan memengaruhi perilaku pembelian konsumen, khususnya dalam konteks kesehatan. Menurut Kotler & Keller mendefinisikan gaya hidup sebagai pola perilaku yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini, yang memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menjadikan bisnis kuliner sehat mempunyai potensi yang sangat besar untuk berkembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Healthy Lifestyle*, Harga dan Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian Produk Nasi Jagung (Studi Kasus pada Konsumen Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti Bandar).

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. *Setting* dalam penelitian ini adalah Warung Makan Nasi jagung Mak Siti Bandar. Metode pengambilan sampel dengan strategi *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan informasi dari responden melalui kuesioner. Metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda serta uji hipotesis. Penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *healthy lifestyle*, harga dan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung. Kemudian secara simultan, *healthy lifestyle*, harga dan etika bisnis Islam juga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung di Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti Bandar.

Kata kunci: *Healthy lifestyle*, Harga, Etika Bisnis Islam dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

SINTA ASIH. The Influence of Healthy Lifestyle, Prices and Islamic Business Ethics on Purchase Decisions for Corn Rice Products (Case Study of Consumers at Mak Siti Corn Rice Food Stall Bandar)

The evolution of modern lifestyles has significantly influenced consumer purchasing behavior, especially in the health context. According to Kotler & Keller, lifestyle is defined as a pattern of behavior reflected in activities, interests and opinions, which influences purchasing decisions. This makes the healthy culinary business have enormous potential to develop. The purpose of this research is to determine the influence of a healthy lifestyle, prices and Islamic business ethics on purchasing decisions for corn rice products (case study of consumers at the Mak Siti Bandar corn rice food stall).

This research method uses a type of field research with a quantitative approach. The setting in this research is Mak Siti Bandar's Rice Corn Food Stall. The sampling method was an accidental sampling strategy with a sample of 96 respondents. Collecting information from respondents through questionnaires. The data analysis method uses classical assumption tests and multiple regression analysis and hypothesis testing. This research uses SPSS version 27 software.

The research results show that healthy lifestyle, price and Islamic business ethics influence the decision to purchase corn rice products. Then simultaneously, healthy lifestyle, prices and Islamic business ethics also influence the decision to purchase corn rice products at the Mak Siti Bandar Rice Corn Food Stall.

Keywords: Healthy lifestyle, Price, Islamic Business Ethics and Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Aburrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimasa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ria Anisatus Sholihah, M.S.A. selaku Dosen Pembimbing, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

6. Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Orang tua, keluarga, dan teman-teman saya yang telah memberikan dukungan material, moral, membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	11
2. <i>Healty Lifestyle</i>	12
3. Harga.....	13
4. Etika Bisnis Islam.....	16
5. Keputusan Pembelian.....	22
B. Telaah Pustaka.....	25
C. Kerangka Berpikir.....	29

D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Pendekatan Penelitian.....	32
C. Setting Penelitian.....	33
D. Populasi dan Sampel.....	33
E. Variabel Penelitian	35
F. Definisi Operasional	35
G. Sumber Data	37
H. Teknik Pengumpulan Data.....	37
I. Metode Analisis Data.....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Lokasi Objek Penelitian.....	44
B. Profil Responden	45
C. Analisis Data.....	51
D. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Keterbatasan Penelitian	65
C. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ث	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ء	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـِو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...آ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-attfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- بِسْمِ اللّٰهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

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

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

- اللّٰهُ غَفُوْرٌ رَّحِیْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْاُمُوْرُ جَمِیْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`any

J. Tajwid

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pendapatan.....	5
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka.....	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Domisili.....	49
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Konsumen Warung Makan Nasi Jagung Mak siti.....	50
Tabel 4. 6 Responden berdasarkan Berapakai Membeli Nasi Jagung.....	51
Tabel 4. 7 Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Data.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien determinasi.....	59

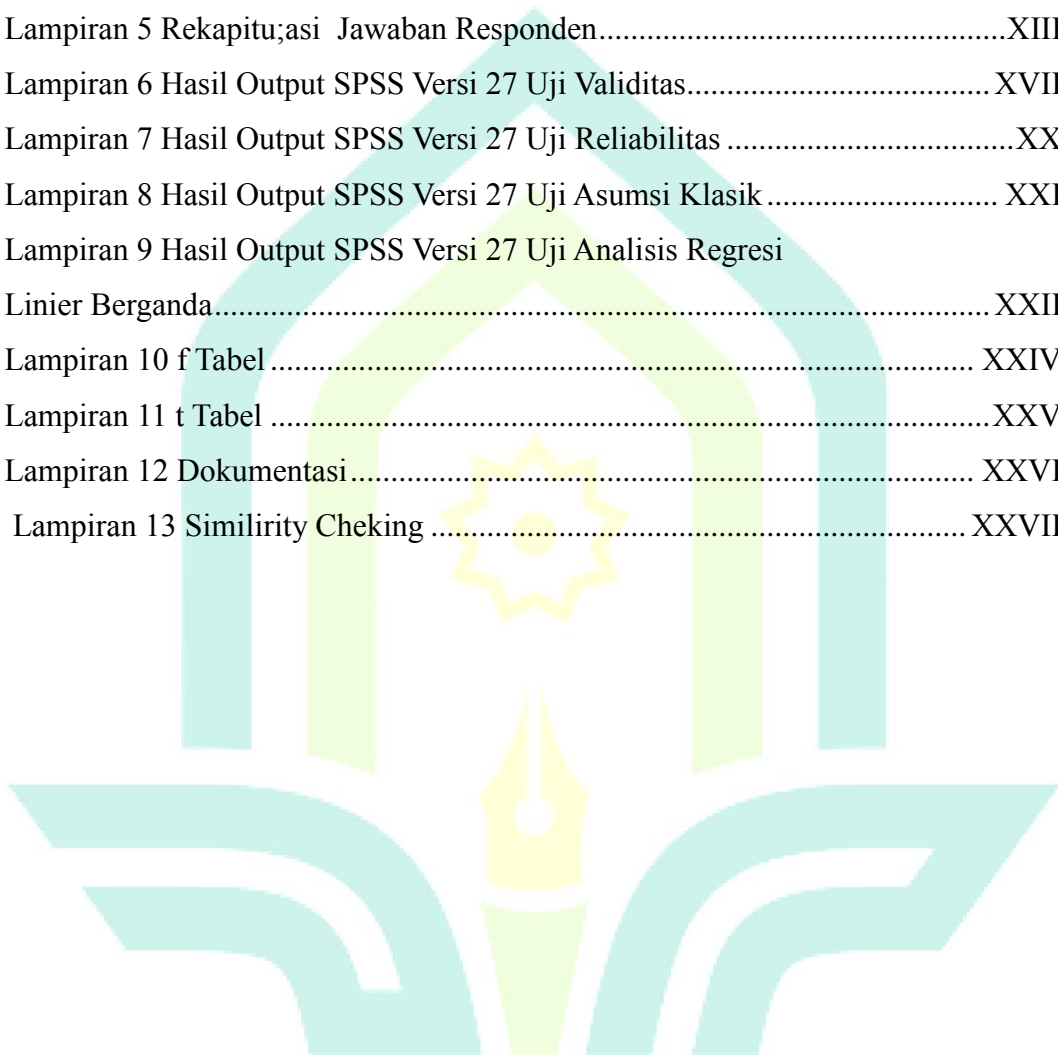
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir..... 25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	I
Lampiran 2 Keterangan Selesai Penelitian	II
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	III
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	VIII
Lampiran 5 Rekapitu;asi Jawaban Responden.....	XIII
Lampiran 6 Hasil Output SPSS Versi 27 Uji Validitas.....	XVII
Lampiran 7 Hasil Output SPSS Versi 27 Uji Reliabilitas	XX
Lampiran 8 Hasil Output SPSS Versi 27 Uji Asumsi Klasik.....	XXI
Lampiran 9 Hasil Output SPSS Versi 27 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	XXII
Lampiran 10 f Tabel	XXIV
Lampiran 11 t Tabel	XXV
Lampiran 12 Dokumentasi.....	XXVI
Lampiran 13 Similirity Cheking	XXVII



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Gaya hidup saat ini telah mengalami perkembangan karena mengikuti perubahan zaman dan mulai bergerak pada modernitas. Kotler dan Armstrong (2017) menyebutkan gaya hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekadar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Gaya hidup dapat mendorong suatu individu untuk melakukan pengambilan keputusan seseorang untuk membeli produk serta mempengaruhi aktivitas dan penggunaan produk. Perkembangan gaya hidup mempengaruhi perubahan perilaku gaya hidup individu yang menjadi lebih sehat telah menjadi trend dan meningkat untuk saat ini. Menurut Carolina, dkk.2015 dalam (Sukmawati & Ekasasi, 2020) menyatakan bahwa peningkatan aktivitas dan pendapatan penduduk, mendorong semakin diperlukannya makanan dan minuman yang praktis, mudah, dan cepat cara penyajiannya serta bergizi tinggi. Pendapatan masyarakat yang cenderung meningkat secara bersamaan diikuti dengan perilaku hidup yang semakin modern, mengakibatkan permintaan yang tinggi terhadap bahan makanan dan minuman yang mudah diproses dan siap santap. Menurut data batangkab.go.id menyatakan bahwa prevalensi diabetes melitus menurut hasil pemeriksaan gula darah meningkat dari 6,9% pada 2013 menjadi 8,5% pada tahun 2018. Angka ini menunjukkan bahwa baru sekitar 25% penderita diabetes yang mengetahui bahwa dirinya menderita diabetes,” ungkapnya. Masyarakat desa

Bandar mayoritas menjadi masyarakat kota yang pendapatannya mencukupi namun mayoritas dari mereka kurang menyadari akan gaya hidup.

Nasi jagung merupakan salah satu makanan khas Jawa. Nasi jagung terbuat dari jagung tua yang telah dipipil atau dipisahkan dari tongkolnya, kemudian dikeringkan lalu dihancurkan. Menurut BAPEDA terlepas dari kesan makanan orang desa, nasi jagung sebenarnya memiliki kandungan gizi yang tinggi, bahkan lebih tinggi daripada nasi beras. Kandungan paling tinggi pada nasi ini yaitu magnesium. Magnesium berfungsi dapat membantu mengurangi terjangkitnya penyakit diabetes dan juga darah tinggi. Menurut (Widayati et al., 2022) Nasi jagung sangat baik dikonsumsi oleh penderita diabetes melitus, dari pada beras yang mengandung indeks glikemik yang tinggi yang dapat mengakibatkan kadar gula darah meningkat. Ada juga manfaat lain yang didapat dari nasi jagung antara lain memberikan energi bagi tubuh, menjaga kesehatan mata, memelihara kesehatan tulang, mencegah pembentukan batu ginjal, meningkatkan kesehatan jantung (Hallosehat). Proses Panjang pembuatan nasi jagung yang belum tentu semua orang bisa, orang-orang lebih memilih membeli.

Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, seseorang akan melalui berbagai tahap dan mempertimbangkan banyak hal. Menurut Kotler dalam (Indrasari, 2019), terdapat beberapa tahapan konsumen dalam memutuskan pembelian yang mencakup tahapan sebelum melakukan keputusan pembelian, ketika melakukan pembelian dan sesudah melakukan pembelian. Seorang konsumen akan mengidentifikasi kebutuhannya berdasarkan rangsangan yang diterimanya, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Terakhir, setelah

konsumen menyadari kebutuhannya, mereka akan cenderung mencari informasi apa pun mengenai produk yang mereka butuhkan, setelah itu mereka akan memilih dan mempertimbangkan beberapa merek lain. Setelah itu, pelanggan akan membuat pesanan pembelian, dan setelah melakukan pembelian, konsumen dapat menentukan tingkat kepuasannya terhadap produk yang dibelinya. Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen diantaranya yakni *healthy lifestyle*, harga dan etika bisnis islam.

Gaya hidup sehat (*healthy lifestyle*) adalah komitmen jangka panjang seseorang terhadap manfaat kesehatan secara menyeluruh bagi tubuh dan kehidupan. Peningkatan kesehatan fisik, mental, dan emosional akan membantu meningkatkan kualitas hidup dan membawa pengaruh positif bagi orang-orang di sekitar (Panjaitan & feliks, 2020). Ini sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Triyono & Susanti, 2021) yang menemukan bahwa gaya hidup sehat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Gaya hidup sehat termasuk memakan makanan dan minuman yang sehat (termasuk menghindari nikotin dan minuman keras), melakukan latihan atau olahraga yang direncanakan, mengikuti kebiasaan sehat dan meninggalkan kebiasaan buruk, memperbaiki lingkungan alam atau sekitar, terus belajar tentang kesehatan (*long life learning*), mengelola waktu dan uang, beribadah kepada Allah, menjadi waspada mental, keseimbangan emosi, dan berinteraksi yang harmonis dengan sesama manusia (Lutfi & Baehaqi, 2022). Namun penelitian dari (Giovinda et al., 2020) menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Faktor lain dalam keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan faktor terpenting akan suatu produk, karena akan berpengaruh pada keuntungan yang diperoleh produsen. Harga adalah sesuatu yang begitu berpengaruh besar terhadap suatu produk. Strategi harga merupakan salah satu dari strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan. Penentuan harga yang tepat dapat menciptakan sebuah kepuasan konsumen dalam suatu pembelian. Dalam penelitian (Pebriyanti et al., 2023) harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian dari (Mulyana, 2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah. Etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadis yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis. Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Dalam sebuah bisnis, untuk menilai upaya yang dilakukan pemasar sudah optimal maka diperlukan etika bisnis Islam dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Konsep ini digunakan sebagai upaya untuk mengetahui hal yang benar dan juga salah berkenaan dengan produk dan pelayanan, serta secara fungsional tentu akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam menjalankan bisnis. Dimana kesadaran akan beragama ini menjadikan setiap pebisnis muslim yang

menginginkan kesuksesan senantiasa berpegang teguh pada hukum-hukum Allah dalam mengatur keseimbangan antara duniawi dan akhirat. Hal ini sesuai dengan penelitian (Adelia & Kadariah, 2023) menyatakan bahwa etika bisnis islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Usaha warung makan merupakan usaha yang menjanjikan karena harga cukup terjangkau dan mudah dibeli semua orang dan pada dasarnya sekarang banyak orang yang jarang memasak sendiri lebih memilih untuk membeli makanan matang. Saat ini warung makan juga berkembang pesat, walaupun pesaingnya sangat banyak kunci kesuksesan yaitu menyediakan menu makanan yang beda dari warung makan lain.

Warung makan nasi jagung Mak Siti adalah warung satu-satunya yang menyediakan nasi jagung yang terletak di Jl. Raya Wonokerto Bandar, Batang. Warung ini buka mulai pukul 06.00 – 16.00 WIB. Warung ini berdiri sejak tahun 2012, terinspirasi dari penjual keliling nasi jagung di pasar tradisional yang terlihat ramai dan enak pemilik warung memutuskan menjual nasi jagung yang awalnya mencoba sedikit menjadi warung yang dicari sampai sekarang baik untuk pola hidup sehat maupun karena untuk orang-orang yang terkena diabetes. Nasi jagung yang disediakan warung Mak Siti ini berupa nasi jagung tradisional yang dipadukan dengan lauk ikan asin dan urap daun singkong. Warung ini menyediakan juga berbagai lauk tradisional seperti sayur daun talas atau dalam bahasa jawa dinamakan sayur lumbu, juga menyediakan ikan wader (ikan yang didapat dari sungai). Selain itu dari segi harga relative terjangkau bagi semua kalangan serta tekstur nasi jagung yang lembut cocok untuk dimakan serta terjamin kehalalannya

karena warung ini sudah bersertifikat halal oleh MUI. Oleh karena itu warung makan nasi jagung Mak Siti menjadi objek untuk penelitian ini.

Tabel 1.1 Data Pendapatan

No.	Bulan	Pendapatan
1.	Februari	Rp. 8.800.000
2.	Maret	Rp. 0
3.	April	Rp. 9.950.000
4.	Mei	Rp. 7.750.000
5.	Juni	Rp. 7.450.000
6.	Juli	Rp. 6.768.000
7.	Agustus	Rp. 6.570.000
8.	September	Rp. 6.880.000

Sumber : Data Penjualan Warung Nasi jagung Mak Siti Tahun 2024

Berdasarkan data diatas, bahwa penjualan terjadi di bulan Februari sampai dengan September 2024 mengalami perubahan yang substansial (naik turunnya pendapatan). Penjualan bulanan warung nasi jagung Mak Siti terendah adalah Rp. 0 pada bulan Maret karena pada bulan ini puasa Ramadhan, sudah menjadi tradisi dari warung Mak Siti jika selama bulan Ramadhan ini tutup. Sedangkan penjualan tertinggi adalah Rp. 9.950.000,00 pada bulan April karena pada bulan ini adalah hari raya Idul Fitri jadi penjualan pada bulan ini mengalami kenaikan.

Berdasarkan pra observasi peneliti dengan pemilik Warung Nasi Jagung Mak Siti yaitu Ibu Siti mengapa warung nasi jagung menjadi incaran konsumen untuk berkuliner nasi jagung karena warung mak Siti menjadi satu-satunya warung yang menyediakan nasi jagung di Bandar. Warung Nasi Jagung Mak Siti memiliki ciri khas sendiri yaitu dari tekstur nasi jagung yang lembut dan empuk serta nasi jagung yang selalu panas. Sehingga tidak merubah rasa nasi jagung itu sendiri. Selain itu dari tekstur lauk dari nasi jagung Mak Siti ini lauk yang disajikan beragam dan mempunyai ciri khas tersendiri.

Selain itu berdasarkan pra observasi dengan salah satu konsumen yang bernama Bu Nur Aziroh mengatakan bahwa beliau jauh- jauh dari Karangdadap ke Bandar untuk membeli nasi jagung di warung mak Siti karena rasanya enak dan nasinya selalu empuk dan alami sehingga menjaga kualitas produk agar tetap terjamin contohnya seperti tidak ada campuran beras serta murni dari jagung yang berkualitas dan halal dengan sudah bersertifikasi Halal Indonesia. Selain itu Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti memberikan pelayanan yang ramah sopan dan juga harga yang ditawarkan masi terjangkau untuk semua kalangan serta sebanding dengan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang, fenomena gap dan research gap maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh *Healthy Lifestyle*, Harga dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian produk nasi jagung Studi Kasus konsumen di Warung Makan Nasi Jagung Mak Siti Bandar, Batang”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh *Healthy Lifestyle* terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung?
3. Apakah ada pengaruh etika bisnis islam terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung ?

4. Apakah Healthy Lifestyle, harga dan Etika Bisnis islam berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dengan adanya semua perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh healty lifestyle terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung.
3. Untuk menguji pengaruh etika bisnis islam terhadap Keputusan pembelian terhadap produk nasi jagung.
4. Untuk menguji pengaruh Healthy Lifestyle, harga dan Etika Bisnis terhadap Keputusan pembelian produk nasi jagung

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang dilakukan, penelitian ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menambah ilmu pengetahuan, sebagai informasi umum atau khusus tentang pengaruh Healthy Lifestyle, Harga dan Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian
 - b. Hasil penelitian ini dapat menambah khasanah kepustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

2. Bagi Praktis

a. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pemilik yang berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *healthy lifestyle*, harga dan etika bisnis islam terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi atau sumber informasi

c. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut khususnya kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara garis besar dapat dipaparkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian umum, meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas mengenai landasan teori yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini terdapat empat sub bab yang terdiri dari

deskripsi teori, penelitian terdahulu atau penelitian sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, baik dari jenis penelitian, sumber data, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, dan metode analisis penelitian yang akan menguraikan tentang deskripsi data serta analisis data yang telah ditemukan sebagai hasil penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis akan menyajikan tentang hasil analisa penelitian yang akan menguraikan tentang deskripsi data serta analisis data yang telah ditemukan sebagai hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menyajikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penulis, serta saran-saran yang dapat diberikan kepada akademisi dan pihak-pihak lain yang membutuhkan data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *healthy lifestyle* dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nasi jagung di Warung makan Mak Siti. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar konsumen menyetujui bahwa minat dan opini kesehatan menjaga pola makan dengan mengonsumsi produk nasi jagung mendukung gaya hidup sehat dengan mengelola pola konsumsi yang sehat.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk nasi jagung warung makan mak siti bandar. Hal tersebut dikarenakan Sebagian besar konsumen menyetujui bahwa harga yang diberikan oleh Warung Makan mak Siti sudah layak dengan kualitas dan manfaat yang didapat dan lebih murah dari warung lainnya
3. Variabel etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk nasi jagung warung makan mak siti bandar. Hal tersebut dikarenakan Sebagian besar konsumen menyetujui bahwa pelanggan menyetujui bahwa warung ini memberikan kebebasan berkehendak dengan tidak ada batasan dalam memilih menu dan jumlah pembelian sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

4. Variabel *healthy lifestyle*, harga, dan etika bisnis islam bersama-sama berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada produk nasi jagung. Artinya semakin tinggi kesadaran *healthy lifestyle*, harga, dan etika bisnis maka semakin meningkat keputusan pembelian produk Nasi jagung di Warung makan Mak Siti Bandar.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini menyebabkan kurang sempurnanya pada simpulan yang ditarik. Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada *healthy lifestyle*, harga, dan etika bisnis islam dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga dalam penelitian selanjutnya perlu dikembangkan lagi untuk mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Pembagian kuesioner sesuai dengan sampel penelitian sehingga terbatas hanya 96 responden yang merupakan pelanggan Warung Makan Mak Siti Bandar, Batang dan memiliki latar belakang Pendidikan yang berbeda sehingga mengalami beberapa kendala dalam pengisian jawaban kuesioner.

C.Saran

1. Adanya pengaruh *healthy lifestyle* dalam pembelian produk ini, maka perusahaan perlu mempertahankan kualitas produk dan menjalankan SOP yang sesuai agar mutu produk dapat terjaga sehingga menjadikan konsumen tetap loyal dan melakukan pembelian ulang.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan topik serupa, baik dengan menambahkan atau mengurangi variabel tertentu maupun mengganti indikator pada setiap variabel yang diteliti secara lebih spesifik. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat dilakukan dengan mengubah atau mengamati objek penelitian yang berbeda serta memperkaya referensi yang relevan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif



DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Kadariah, S. (2023a). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aroma Bakery And Cake Shop (Studi Kasus PT . Arma Anugrah Abadi). *Jurnal MAIBIE(Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic)*, 1(1), 296. <http://kti.potensi-utama.ac.id/index.php/MAIBIE/article/view/760%0Ahttps://kti.potensi-utama.ac.id/index.php/MAIBIE/article/download/760/108>
- Adelia, R., & Kadariah, S. (2023b). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aroma Bakery And Cake Shop (Studi Kasus Pt Arma Anugrah Abadi). *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 1(1), 282–299.
- Alfano, I. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Etika Bisnis Islam, dan Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Coffeeshop Koffiekopi Jambi). *Skripsi*, 1–71. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/29843>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503.
- Alimbudiono, R. S. (2020). *Konsep pengetahuan akuntansi manajemen lingkungan*. Jakad Media Publishing.
- Arifin, A., & Setyaningrum, D. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Citra Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 420–427.
- Asih, S. Y., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Healthy Lifestyle, Product Quality, Product Variation, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda United. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(6), 716–729. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i6.154>
- Aziz, I. A. (2022). *Pengaruh Customer Review, Customer Rating, Harga, Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII Angkatan 2017-2019)*. Universitas Islam Indonesia.
- Cahyanti, H., Lutfi, M., Luthfiyah, M., & Carmidah, C. (2023). Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Sekampung Menurut Perspektif Etika Ekonomi Islam. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 223–238.

- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2020). Pengaruh store atmosphere, etika bisnis dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1–5.
- Danang, T. (2023). *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Tahun 2020-2022)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Diana, A. M. E., & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh Healthy Lifestyle, Product Quality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bubuk Frisian Flag Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(5), 27–33.
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 132–135.
- Effiyaldi, J. P. K. P., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, R., Naibaho, S. K. H., & Aryati, V. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dadal Penhelitian Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan P-ISSN*, 2828, 1268.
- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini, P. (2020). Analisis pengaruh harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada tiket. com. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 470–485.
- Hakim, S., & Rizky Rahmawati, A. (2023). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk, Dan Etika Bisnis Islam, Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Management*, 3(2), 92–104. <https://doi.org/10.18326/jiem.v3i2.92-104>
- Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2023). *Metodologi Penelitian Pariwisata*. uwais inspirasi indonesia.
- Lutfi, F. Z., & Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Healty Lifestyle , Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon. *JIMMBA*, 4(4), 462–478.
- Marzuki, F., Faridah, F., & Syafrial, H. (2024). Pengaruh Cita Rasa dan Varian

- Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Sunda Miraos Bu Tuti Depok. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 3841–3852.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Noviansyah, F. (2021). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Komersialisasi Air (Studi Kasus di Desa Banjar Negeri Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)*. IAIN Metro.
- Panjaitan, H., & feliks, A. B. K. (2020). *Healthy lifestyle determines the purchase of a bicycle in Indonesia*.
- Pebriyanti, N., Zebua, Y., & Simanjuntak, D. (2023). Pengaruh Kualitas, Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Nasi Goreng Cabe Ijo Kak Maya Rantauparapat. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)*, 4(2), 312–321.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan media big book untuk menumbuhkan minat membaca di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
- Priyatno. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan Eviews*. Cahaya Harapan.
- Putra, Y. P., Ulfiya, D., & Slahanti, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Solusi*, 21(1), 20. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6068>
- Rahmawati, S., Abadi, S., & Wijaya, I. P. E. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Bandeng C73 Karawang (Studi pada produsen olahan bandeng di Bandeng C73 Karawang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(1), 347–359.
- Rismadayanti, N. (2020). *Pengaruh Fasilitas, Harga dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Hotel dan Penginapan di Area Wisata Telaga Ngebel Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Sani, E. N. (2024). *Pengaruh Healthy Lifestyle Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaldu Tempe di Ibum*. [http://repository.ub.ac.id/id/eprint/217463/1/Evina Nahdiya Sani.pdf](http://repository.ub.ac.id/id/eprint/217463/1/Evina%20Nahdiya%20Sani.pdf)

- Sari, D. F. (2023). *Analisis Pengaruh Healty Lifestyle, Celebrity Endorser, Dan Perceived Price Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan* [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/8009/1/DIKNA SKRIPSI FULLLL.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/8009/1/DIKNA%20SKRIPSI%20FULLLL.pdf)
- Sindi, R. D. R., & Rohman, A. (2024). Implementasi Etika Bisnis Islam pada Rumah Makan Kikil dan Bakso Barokah “Mbah Rip” di Daerah Baureno Bojonegoro. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 3(1), 32–44.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis*, vol 1, No.
- Sumita, I. F. (2022). *Pengaruh Etika Bisnis Islam, Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran UKM Hijab Kalinyamatan*. IAIN KUDUS.
- Triyono, A., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(3), 484–494.
- Usmadi, U. (2020). Pengujian persyaratan analisis (Uji homogenitas dan uji normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1).
- Widayati, C. N., Purhadi, P., & Kusumaningrum, Y. R. (2022). Efektivitas Pemberian Diet Nasi Jagung Terhadap Perubahan Kadar Glukosa Darah Pada Penderita Diabetes Mellitus Tipe II Di Puskesmas Grobogan Kabupaten Grobogan. *Jurnal Keperawatan Dan Kesehatan Masyarakat Cendekia Utama*, 11(1), 57. <https://doi.org/10.31596/jcu.v11i1.1040>
- Widianto, G. R., & Lukiarti, M. M. (2024). Pengaruh Lokasi Usaha, Kemasan produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(1), 111–121.
- Yusdistara, W. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Reza Bakery Padangsidimpuan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol.5,No.3(3), 112–116. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/273/272>
- Hello sehat. (2023, Juli 5). <https://helohehat.com/nutrisi/fakta-gizi/manfaat-nasi-jagung/> Referensi : <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>