

**PENGARUH LABELISASI HALAL, RELIGIOSITAS, DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAKANAN IMPOR DALAM KEMASAN (STUDI  
KASUS MASYARAKAT MUSLIM DI KABUPATEN  
PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**IEFFAH KAMILAH**

**NIM. 4117338**

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

**2023**

**PENGARUH LABELISASI HALAL, RELIGIOSITAS, DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAKANAN IMPOR DALAM KEMASAN (STUDI  
KASUS MASYARAKAT MUSLIM DI KABUPATEN  
PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**IEFFAH KAMILAH**

**NIM. 4117338**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iffah Kamilah  
NIM : 4117338  
Judul Skripsi : **Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Pekalongan)**

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 dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 2 Oktober 2023

Yang Menyatakan,



Iffah Kamilah  
4117338

## NOTA PEMBIMBING

**Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.**

Jebogo 1 RT 3 RW 1, Sumurjomblangbogo, Bojong, Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Iffah Kamilah

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

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

Nama : **Iffah Kamilah**  
NIM : **4117338**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atasperhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 5 Oktober 2023  
Pembimbing,



**Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.**  
NIP. 199110262019032014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id)

## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Iffah Kamilah**  
NIM : **4117338**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Pekalongan)**  
Dosen Pembimbing : **Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 8 November 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan penguji

Penguji I

Penguji II

  
Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag.  
NIP. 196912271998031004

  
M. Sultan Mubarek, M.E  
NIP. 199108282019031006

Pekalongan, 20 November 2023  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
Prof. Dr. Shinta Deyi Rismawati, S.H., M.H.  
NIP. 197502201999032001

## **MOTTO**

*“Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapa pun, karena yang menyukaimu tidak butuh itu. Dan yang membencimu tidak percaya akan itu.”*

*Ali bin Abi Thalib*



## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta Salam tetap dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai rasa cinta dan tanda terima kasih. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yakni Bapak Rizqon Djazuli dan Ibu Zakiyah yang sangat saya hormati, sayangi dan banggakan yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya. Selalu memberi dukungan dalam setiap perjalanan akademik saya dan doa-doa terbaik serta menjadi bagian dari kebahagiaan saya.
2. Kedua Kakak saya M.Khirza Khariz dan Rizqi Dewi Tsunaya yang saya banggakan. Serta tak lupa juga kedua adik saya M.Sholahul Afkar dan Najmah Amani Damilhana yang saya sayangi.
3. Alameter saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Dosen Pembimbing, dosen wali, dosen pengajar, dan semua pihak yang telah berkenan mendidikku, semoga amal baiknya mendapat balasan dengan berlipat ganda dari Allah SWT.
5. Sahabat-sahabat saya, Nuzul Vilta Sari, Liza Safna Maulida, Mutia Mardatillah dan Riski Apriliani yang sudah saya anggap seperti keluarga sendiri yang selalu mengajarkan makna sebuah kebersamaan dan menjadi rumah kedua, yang senantiasa memberikan semangat baik suka maupun

duka. Semoga Allah mempererat tali persaudaraan kita dan menjadikan kita manusia yang sukses dunia dan akhirat.

6. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Angkatan 2017. Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang berlipat kepada kalian semua dan mencatatnya sebagai amal shalih. Aamiin.





## ABSTRAK

### **IFFAH KAMILAH. Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Pekalongan).**

Konsumsi adalah suatu bentuk tindakan ekonomi yang terjadi melalui penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi individu, yaitu faktor internal atau pribadi dan faktor eksternal atau lingkungan. Dalam Islam, barang konsumsi adalah barang yang kegunaannya mendatangkan kebaikan jasmani, moral, dan rohani bagi konsumen. Mengingat pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dapat mengubah gaya hidup dan konsumsi seseorang, maka tak jarang aktivitas konsumen hanya ditujukan untuk mengikuti trend yang ada dan melengkapi gaya hidup yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner dengan populasi masyarakat muslim di Kabupaten Pekalongan yang menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan rumus lemeshow. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan. Sedangkan labelisasi halal dan religiositas tidak berpengaruh signifikan terhadap produk makanan impor dalam kemasan. Kemudian secara simultan labelisasi halal, religiositas dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan.

## ABSTRACT

***IFFAH KAMILAH. The Influence of Halal Labeling, Religiosity and Lifestyle on Purchase Decisions of Imported Packaged Foods (Case Study of Muslim Communities in Pekalongan Regency).***

*Consumption is a form of economic action that occurs through the use of goods and services to meet needs. The factors that influence individual consumption behavior are internal or personal factors and external or environmental factors. In Islam, consumer goods are goods whose use brings physical, moral, and spiritual goodness to consumers. Considering that the rapid development of technology and information can change a person's lifestyle and consumption, consumer activities are only intended to follow existing trends and complement lifestyles that are not really needed.*

*The study used a quantitative approach using a questionnaire data collection method with a population of Muslim communities in Pekalongan Regency using a sample of 100 respondents. The sampling technique uses a purposive sampling method with the Lemeshow formula. This study uses the method of data analysis multiple linear regression test with the help of SPSS 25.*

*The results of the study show that lifestyle has a significant effect on the decision to purchase packaged imported food products. Meanwhile, halal labeling and religiosity have no significant effect on packaged imported food products. Then simultaneously halal labeling, religiosity and lifestyle have a significant effect on the decision to purchase packaged imported food products.*

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Pekalongan)” ini dapat tersusun dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. selaku Dosen Perwalian Akademik yang telah membimbing dengan sabar, dan selalu memberikan motivasi bagi penulis.

5. Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. selaku Dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang selalu mendukung, membimbing dan mendoakan selama ini.
8. Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, baik kepada mereka yang telah disebutkan namanya dalam persembahan maupun yang tidak sempat disebutkan namanya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin.

***Wassalamualaikum Wr.Wb.***

Pekalongan, Oktober 2023

Penulis,

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	21
C. Kerangka Berpikir .....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Setting Penelitian.....	29
C. Variabel Penelitian .....	29
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
E. Sumber Data.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	33
G. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Deskripsi Data .....	38
B. Analisis Data .....	45
C. Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Hurufarab	Nama	Huruflatin	Nama
ا	Alif	tidakdilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan 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)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (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
	هـ Ha	H	Ha



ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal (tunggal dan rangkap)

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1) Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

### 2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َـي	fathahdanya	Ai	a dani
َـو	fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - zukira

يَذْهَبُ - yazhabu

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

هَوَّلَ - haula

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
... َ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... ِ ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... ُ ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

### 4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

#### 1) Ta'marbutah hidup

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

#### 2) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau 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 ha(h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ -raudah al-atfal

-raudatulatfal

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ -al-Madinah al-Munawwarah

-al-Madinatul-Munawwarah

طَلْحَةَ -talhah

#### 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam ulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا -rabbana

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-hajj

#### 6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badi'u

## الْجَلَالُ - al-jalalu

### 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khuzuna

الْأَنْوَاءُ - an-nau'

شَيْءٌ - syai'un

إِنَّ - inna

أَمْرٌ - umirtu

أَكَلَ - akala

### 8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِسْتَأْذَنَ لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ  
raziqin

Wainnallahuwakhairar-

Wainnallahalahuwakhairraziqin

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almizan

Wa auf al-kaila wal mizan

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrahim al-Khalil

Ibrahimul-Khalil

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillahimajrehawamursaha

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillahi 'alan-nasi hijju al-  
baiti manistata'a ilaihi sabila

Walillahi 'alan-nasi hijjul-  
baiti manistata'a ilaihi sabila

## 9. 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:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa ma Muhammadun illa rasl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا  
Inna  
awwalabaitinwudi'alinnasillazibibak

katamubarakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ  
Syahru Ramadan al-lazi fih al-  
Qur'anu

Syahru Ramadan al-lazi unzila fihil

Qur'anu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ  
Walaqadra'ahubil-ufuq al-mubin

Walaqadra'ahubil-ufuqil-mubin

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ  
Alhamdulillahirabbil al-'alamin

Alhamdulillahirabbilil 'alamin

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

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ  
Nasrunminallahi wafathunqarib

اللَّهُ الْأَمْرُ جَمِيعًا  
Laillahi al-amrujami'an

Laillahil-amrujami'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ  
Wallahabikullisyai'in 'alim

## 10. 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 di sertai dengan pedoman Tajwid.



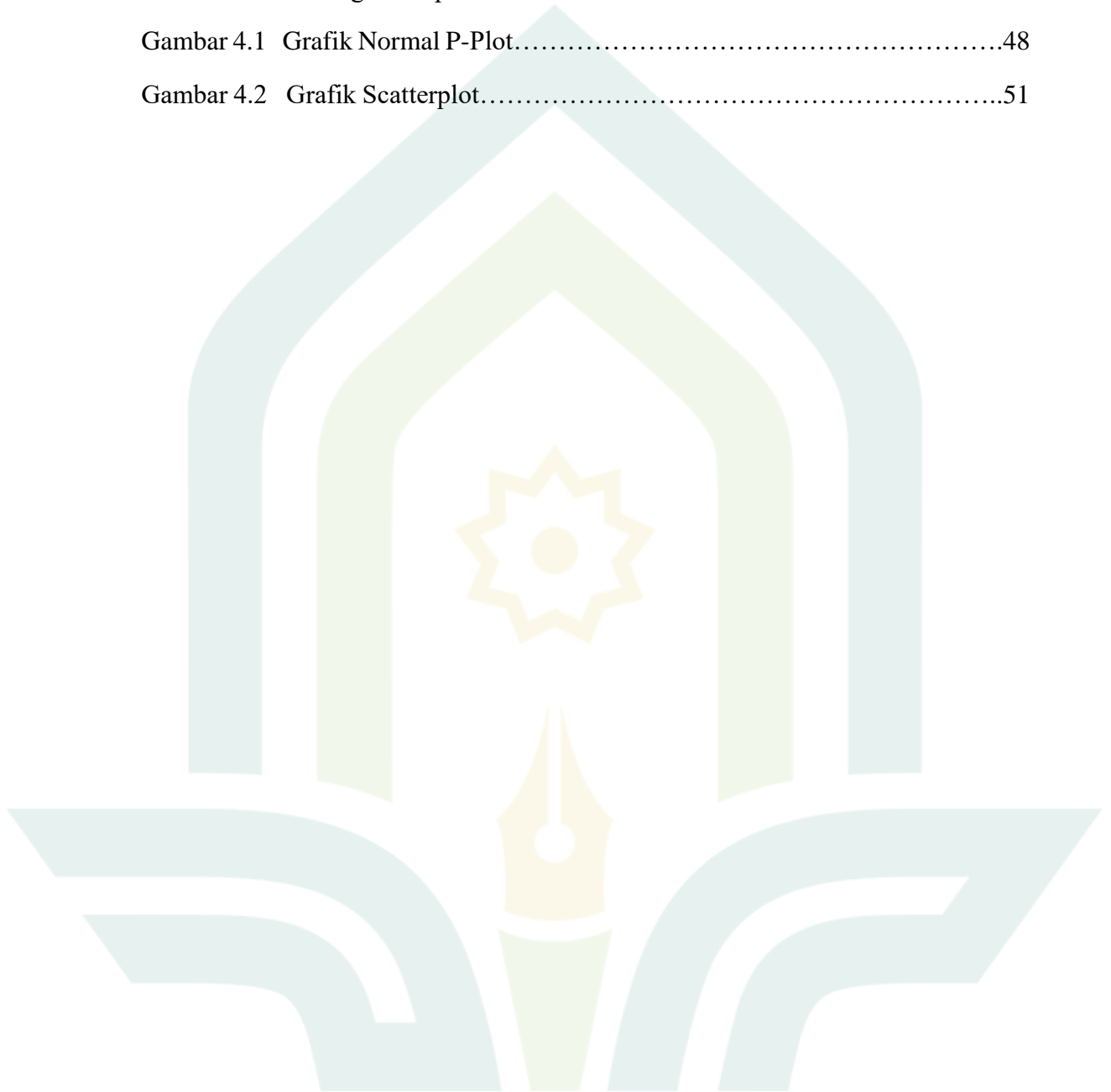


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Produk Makanan Impor dalam Kemasan.....	2
Tabel 2.1	Inventory Gaya Hidup.....	19
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2	Skala Likert.....	33
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	41
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Jumlah Responden.....	41
Tabel 4.5	Hasil Skor Kuesioner Variabel Labelisasi Halal (X1).....	42
Tabel 4.6	Hasil Skor Kuesioner Variabel Religiositas (X2).....	43
Tabel 4.7	Hasil Skor Kuesioner Variabel Gaya Hidup (X3).....	44
Tabel 4.8	Hasil Skor Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Park.....	51
Tabel 4.14	Hasil Uji Linier Berganda.....	53
Tabel 4.15	Hasil Uji T.....	55
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57

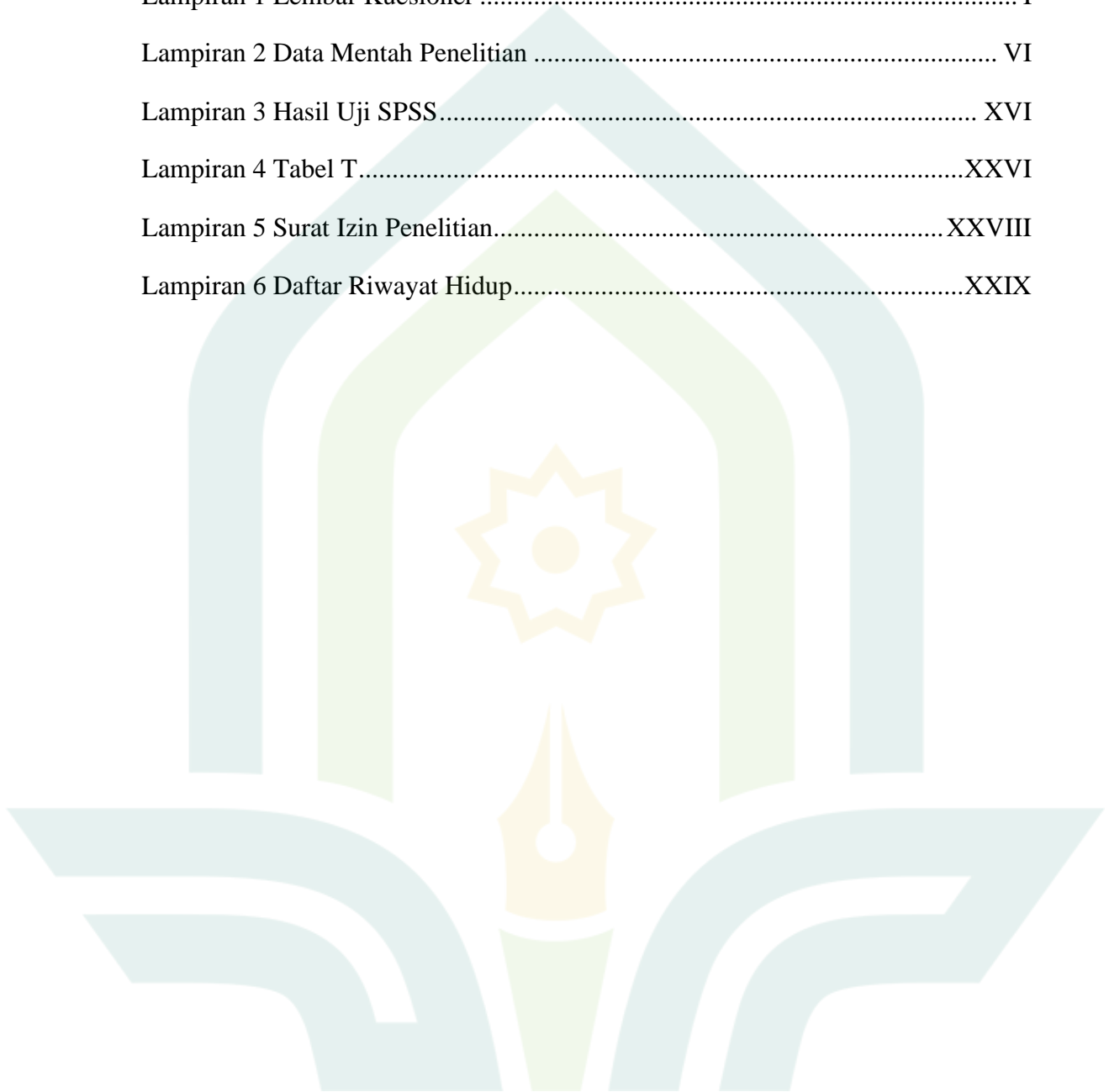
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot.....	48
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner .....	I
Lampiran 2 Data Mentah Penelitian .....	VI
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS.....	XVI
Lampiran 4 Tabel T.....	XXVI
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	XXVIII
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	XXIX



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Konsumsi adalah suatu bentuk tindakan ekonomi yang terjadi melalui penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Dalam Perilaku ekonomi, konsumen melakukan kegiatan konsumsi guna mencapai kepuasan yang optimal. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi individu, yaitu faktor internal atau pribadi dan faktor eksternal atau lingkungan. Dalam Islam, barang konsumsi adalah barang yang kegunaannya mendatangkan kebaikan jasmani, moral, dan rohani bagi konsumen. Oleh karena itu, umat muslim harus selalu mengonsumsi barang-barang yang diperbolehkan dalam Islam untuk kebaikan bersama (Nada, 2018).

Jumlah penduduk yang meningkat setiap tahunnya mengakibatkan konsumsi juga meningkat. Hal ini memungkinkan Indonesia mengimpor barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut data BPS (2020), impor barang konsumsi Indonesia mencapai 339,3 ton. Sebagai negara berpenduduk mayoritas muslim, Indonesia memiliki aturan dan batasan dalam konsumsi suatu produk. Dalam Islam, konsumsi makanan harus halal dan *thayyib* atau baik dan tidak dilarang oleh Al-Qur'an dan hadits Syaria. *Thayyib* terdiri dari tiga unsur yakni yang tidak berbahaya bagi tubuh, pikiran dan jiwa juga layak untuk dikonsumsi. Al-Qur'an juga menyatakan bahwa umat Islam wajib mengonsumsi makanan baik dan halal.

Salah satunya ditunjukkan dalam Al-Qur'an ayat 88 Surat Al-Maidah.

*“Wa kulu mim mā razaqakumullāhu ḥalālan ṭayyibaw wattaqullāhallaḏī antum bihī mu`minūn”*

Artinya: "Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya" (Al-Maidah:88) (Maspupah, 2019)

Label halal dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen seiring dengan persaingan dalam perkembangan industri makanan yang semakin ketat. Label juga merupakan alat informasi penting bagi konsumen. Informasi tersebut dapat berdampak pada bagaimana konsumen memilih produk serta meningkatkan loyalitas konsumen dalam membeli produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik bagi konsumen maupun bagi produsen. Keterlibatan konsumen yang tinggi akan menyebabkan konsumen lebih banyak mencari informasi dan menyeleksi informasi serta lebih berhati-hati dalam keputusan pembelian.

Aturan umum yang sudah berlaku mengenai pencantuman label halal pada produk makanan haruslah melalui pemeriksaan dan sertifikasi halal terlebih dahulu oleh pihak yang berwenang agar diketahui kehalalan komposisi dan asal usul serta cara memproduksi makanan yang di produksinya.

**Tabel 1.1**  
**Daftar beberapa produk makanan impor dalam kemasan**

No	Nama Produk	Asal Negara
1	Samyang Green Buldak Noodle	Korea
2	Samyang Green Hot Chicken Ramen Cheese	Korea
3	Nongshim Farmer's Heart Kimchi	Korea

4	Cadbury Dairy Milk (Milk Chocolate)	Malaysia
5	Cadbury Dairy Milk Cashew & Cookies	Malaysia
6	Cadbury Dairy Milk Panned Almond Nuts	Malaysia
7	Nestle Honey Star	Philippines
8	Nestle Kit Kat (Finger)	Malaysia
9	Glico Pocky Strawberry	Thailand
10	Ovaltine Choco Malt Drink	Thailand
11	MAMA SHRIMP Tom Yum	Thailand
12	Nongshim Shim Ramyun Black	Korea
13	CV Mallow Marshmallow Assorted	Malaysia
14	Appel Cider Vinegar	USA
15	Elvan Today Croissant	Turkey

Sumber: Anggraini, D.S (2020)

Tabel 1.1 diatas menunjukkan beberapa produk makanan impor dalam kemasan yang beredar di masyarakat Indonesia serta mudah ditemukan diberbagai minimarket, ruko-ruko maupun pusat perbelanjaan modern. Salah satunya adalah mie instan Samyang yang merupakan produk makanan olahan impor kemasan berasal dari Korea Selatan. Mie instan Samyang sangat populer dikalangan anak milenial dan gen z mengingat adanya fenomena *Korean Wave* yang menyebar di seluruh penjuru Indonesia. Selain mie instan Samyang, ada juga produk cokelat Cadbury Dairy Milk yang berasal dari Malaysia yangmana produk tersebut tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia. Cadbury Dairy Milk sangat digemari oleh berbagai kalangan dari anak-anak, remaja, maupun orang tua karena selain dapat dimakan secara langsung cokelat Cadbury Dairy Milk biasanya juga dipakai sebagai topping dalam berbagai makanan manis.

Untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam disertai dengan bukti ilmiah yang konkrit, maka penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh labelisasi halal, religiusitas, dan gaya hidup terhadap keputusan

pembelian makanan impor dalam kemasan (pada masyarakat muslim di Kabupaten Pekalongan) ini dilakukan. Kabupaten Pekalongan terletak di perbatasan Laut Jawa dan Kota Pekalongan di utara, Kabupaten Batang di timur, Kabupaten Banjarnegara di selatan, serta Kabupaten Pemalang di barat. Pekalongan berada di jalur pantura yang menghubungkan Jakarta-Semarang-Surabaya dimana hal tersebut sangat memudahkan dalam pendistribusian barang atau jasa karena termasuk dalam daerah yang strategis.

Salah satu sektor maju di Kabupaten Pekalongan adalah dalam sektor perdagangan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pedagang yang sangat mudah dijumpai dipinggir jalan baik itu pedagang makanan, minuman, pakaian dan lainnya. Tidak hanya warung atau ruko-ruko, minimarket juga telah mudah dijumpai dan mudah diakses. Tempat yang nyaman, bersih dan pelayanan yang bagus tidak jarang menjadikan konsumen senang dan lebih memilih membeli produk di minimarket. Barang-barang yang dijual di minimarket juga lebih beragam dari mulai produk dalam negeri maupun luar negeri. Namun, tidak jarang produk luar negeri atau produk impor yang beredar belum memenuhi kriteria yang sesuai dengan aturan pemerintah tentang label halal, dimana label halal menjadi salah satu hal yang penting dalam mengkonsumsi produk bagi masyarakat muslim.

Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang berpenduduk muslim sebanyak 932.875 jiwa dan nonmuslim sebanyak 4.095 jiwa dari total jumlah penduduk 936.970 jiwa. Dengan kata lain, 99,5% dari populasi adalah Muslim dan 0,43% dari populasi

adalah non-Muslim. Walaupun mayoritas penduduk Kabupaten Pekalongan beragama Islam, namun hal ini tidak menjamin kesadaran masyarakat terhadap label halal. Dengan akses jalan yang mudah serta banyaknya jenis pilihan makanan atau barang yang ditawarkan dan banyaknya pedagang yang ada memungkinkan masyarakat berperilaku konsumtif dalam melakukan kegiatan konsumsi sehari-hari.

Konsumtif sendiri adalah perilaku atau gaya hidup yang suka menghabiskan atau membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif artinya bersifat konsumsi, yaitu hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri. Biasanya orang yang konsumtif tidak akan memikirkan dampak jangka panjang dari pemborosannya. Dilansir dari CNN Indonesia, perilaku konsumtif yang sering dilakukan oleh kaum milenial dipengaruhi oleh budaya digital dan maraknya penggunaan internet (Fitriani dkk, 2022) Generasi milenial dan generasi Z adalah kelompok generasi umur yang paling banyak di Kabupaten Pekalongan (PERDA, 2021).

Peran internet yang cukup penting dalam kehidupan anak muda milenial dan generasi Z menjadi latar belakang terjadinya budaya konsumtif tersebut. Perilaku konsumtif yang dialami oleh generasi muda dapat mengakibatkan berbagai hal. Salah satunya adalah kondisi keuangan yang buruk karena uang terus menerus dipakai tanpa tujuan yang jelas, misalnya dihabiskan untuk mengikuti tren-tren yang sedang populer dan hanya untuk melengkapi gaya hidup yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Hal tersebut



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel labelisasi halal (X1) diperoleh hasil tingkat signifikansi  $0,885 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,183 < t$  tabel 1,984. Sehingga disimpulkan bahwa labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan.
2. Berdasarkan hasil uji t pada variabel religiositas (X2) diperoleh hasil tingkat signifikansi  $0,168 > 0,05$  dan nilai t hitung  $-1,391 < t$  tabel 1,984. Sehingga disimpulkan bahwa religiositas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan.
3. Berdasarkan hasil uji t pada variabel gaya hidup (X3) diperoleh hasil tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,465 > t$  tabel 1,984. Sehingga disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan.
4. Hasil uji F pada penelitian ini didapat nilai F hitung sebesar  $15,298 > f$  tabel 2,699 sedangkan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal (X1), religiositas (X2) dan gaya hidup (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
5. Koefisien determinasi dalam penelitian ini didapat nilai *adjusted R square* sebesar 0,309, sehingga menunjukkan bahwa variabel-variabel

independen dalam penelitian ini yaitu labelisasi halal, religiositas dan gaya hidup memberikan sumbangan pengaruh sebesar 30% terhadap keputusan produk makanan impor dalam kemasan pada masyarakat muslim di Kabupaten Pekalongan, sedangkan sisanya yaitu 70% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

6. Variabel terbesar yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel gaya hidup karena dilihat dari nilai hasil uji t hitung  $5,465 > t$  tabel  $1,984$  hasil t hitung variabel gaya hidup lebih besar dibanding dengan variabel labelisasi halal dan religiositas. Sedangkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  nilai signifikansi variabel gaya hidup lebih kecil dibanding variabel labelisasi halal dan religiositas.

## **B. Saran**

Sehubung dengan penelitian yang telah dilakukan penulis, maka adapun beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi perusahaan atau produsen sebaiknya untuk mencantumkan label halal di setiap produk makanannya, baik produk dari dalam maupun luar negeri. Sehingga dengan adanya label halal konsumen tidak khawatir dan ragu akan keamanan dan kehalalannya tanpa harus melihat secara langsung proses dan bahan-bahan yang dipakai.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel independen lain karena terdapat banyak kemungkinan variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian. Serta pada hasil penelitian ini variabel

labelisasi halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian maka disarankan pula untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan metode lain supaya pada hasil penelitian nantinya dapat terlihat lebih valid.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agni, L. M. (2020). *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Magelang*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Arsa, A., & Mutia, A. (2021). *Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sarden Naraya Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sarden Naraya*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Arviana, P. (2020). *Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Daging Olahan (Studi pada Konsumen Muslim Nadia Food Supplies Makassar)*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/18187/>
- Astuti, W. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Aulia, almira nur. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal - UMS ETD-db*. <http://eprints.ums.ac.id/60067/>
- Dwi Sinta Anggraini, E., Subhan, S., & Anita, E. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sts Jambi)*. UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
- Fealia Wahyuni. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Religiositas, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Kemasan Impor (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15203/>
- Fitriani dkk. (2020). LPM Jurnal Kampus. Diakses pada 10 November 2023, dari <https://jurnalkampus.ulm.ac.id/2022/05/09/budaya-konsumtif-dikalangan-generasi-muda/>

- Fitriasshinta, D., & Melinda, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin*.
- Fristiana, D. A., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2012). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 118–127.
- HABIBI, M. (2021). *Pengaruh Religiusitas Dan Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Cabang di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim di Kota Palembang)*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*, 2, 2–3.
- Mahendriana, B. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Dan Ualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kitchenque Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)*. IAIN Pekalongan.
- Maspupah, M. (2019). *Pengaruh Religiusitas Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Makanan Dan Minuman Halal Dalam Kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang*. IAIN Pekalongan.
- Meiryani, S. E. (2021). *Memahami Uji T Dalam Regresi Linear – Accounting*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- Monalisa, M. (2019). *Pengaruh Rasio Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Inflasi Terhadap Harga Saham Pada Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017*. Stiesia Surabaya.
- MUI. (2022). *LPPOM MUI | Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia*. <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui-untuk-produk-yang-beredar-di-indonesia>
- Murni, S. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat

- Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 20–33.
- Mustopa, A., Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Utara, U. S. (2019). *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi pada Rumah Makan ANDA Doloksanggul Humbang Hasundutan)*.
- Mutiara, D. (2020). *Pengaruh Label Halal, Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice di Outlet Aice Ds. Sukosari Kec. Babadan Kab. Ponorogo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Nada, Z. A. (2018). *Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan" Pembelian Konsumen Muslim (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Perumahan Bekasi Elok 1, Desa Jejalen Jaya, Tambun Utara, Bekasi, Jawa Barat)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.
- NH, T. P. T. (2011). Analisis Sektor Basis di Kabupaten Pekalongan Tahun 2008-2010. *Gema Eksos*, 6(2), 218035.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam melakukan online shopping di kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Oktaviani, N. (2019). *Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro)*. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro.
- PERDA. (2021). Peraturan Daerah Kabupaten Pekalongan Nomor 5 Tahun 2021
- Prabowo, H. A. (2018). *Hubungan Antara Religiusitas Islam Dengan Tingkat Kecemasan Pada Usia Remaja Di SMA Negeri 3 Kota Magelang*. UNIMUS.
- RAMAWATI, E. K. A. (2019). *Analisis Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Return On Asset Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Dan*

*Net Interest Margin Terhadap Loan To Deposit Ratio Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan (Studi Pada Bank Devisa periode 2014-2017).* Universitas Muhammadiyah Gresik.

- Rizky, I. P. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Starbucks Coffee di Mall Ska Pekanbaru.* Manajemen.
- Rosdiana, F. (2019). *Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Borma Toserba Dago Di Bandung.* Universitas Komputer Indonesia.
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., & Fanggidae, R. P. C. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana). *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 11(1), 49–64.
- Sahidillah, P. N. C. S. (2021). Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 111–122.
- Sahputra, A., & Nurlatifah, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.456>
- Sari, D. K., & Sudardjat, I. (2013). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(4), 14733.
- Sari, N. (2019). *Pengaruh Religiusitas, Brand Liking, Sikap, Dan Norma Subyektif Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan).* IAIN Pekalongan.
- singgih santoso. (2018). *menguasai statistik dengan SPSS 25.*
- sofyan yamin, lien a. rachmach, heri kurniawan. (2011). *regresi dan korelasi*

*dalam genggaman anda* (dedy a. halim (Ed.)). salemba empat.

- Sujarweni, v. wiratna. (2015). *metodologi penelitian bisnis dan ekonomi* (I). PUSTAKABARUPRESS.
- Suliyanto, S.E., M. (2018). *Metode penelitian bisnis: untuk skripsi, tesis, dan disertasi / Prof. DR. Suliyanto, S.E., M.M.; editor, Aditya Cristian / OPAC Perpustakaan Nasional RI*.  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1110957>
- Suliyanto. (2018). *metodepenelitian bisnis* (aditya cristian (Ed.)). ANDI OFFSET.
- UTAMI, S. R. I. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Pelatihan Program Kelompok Usaha Bersama Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Menangani Tingkat Kemiskinan di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo*. Universitas Panca Marga Probolinggo.
- Vincentius, V., & Putranto, L. S. (2020). Analisis Pengaruh Layanan Pesan Makanan Online Terhadap Perjalanan Berbasis Rumah Dan Berbasis Tempat Aktivitas. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 1003-1016.
- Yani, S. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Lingkungan Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Sidosari Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan*. IAIN Pekalongan.
- Yunitasari, V., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49–57.
- Yustati, H. (2020). Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Regresi Religiusitas terhadap Konsumerisme pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Jurnal Indo-Islamika*, 5(1), 25–50.  
<https://doi.org/10.15408/idi.v5i1.14786>



## Lampiran 6

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. IDENTITAS

1. Nama Lengkap : Iffah Kamilah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 2 April 1998
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Kranji gang.1 (masjid) RT.02 RW.09 No.20  
Kedungwuni Timur Kabupaten Pekalongan
6. Email : iffahkamila63@gmail.com
7. Nama Ayah : Rizqon Djazuli
8. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
9. Nama Ibu : Zakiyah
10. Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga

#### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI WALISONGO KRANJI 01 Lulus Tahun 2010
2. SMP NEGERI 1 KEDUNGWUNI Lulus Tahun 2013
3. SMA DARUL ULUM 3 PETERONGAN Lulus Tahun 2016

Demikian daftar riwayat hidup peneliti ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, Oktober 2023

Penulis