

**PENGARUH RELIGIUSITAS, SIKAP, DAN NORMA SUBJEKTIF
TERHADAP NIAT BELI PRODUK WARDAH BERLABEL HALAL
(Studi Masyarakat Kota Bukittinggi)**

SKRIPSI



Oleh:

TEGUH SAMUDRA
1410011211006

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Teguh Samudra
NPM : 1410011211006
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Sikap, Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Produk Wardah Berlabel Halal (Studi Masyarakat Kota Bukittinggi)

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **Lulus** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 12 Agustus 2021**.

Pembimbing

Linda Wati., S.E., M.Si

Disetujui Oleh

PLT Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM

**THE EFFECT OF RELIGIOUSITY, ATTITUDE, AND SUBJECTIVE
NORMS ON BUYING INTENTIONS OF WARDAH PRODUCTS
LABELED HALAL**

Teguh Samudra¹, Linda Wati²

**Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Bung Hatta University**

E-mail : tsamudra67@yahoo.com, lindawati@bunghatta.ac.id

Abstract

This study aims to determine the purchase intention of halal-labeled wardah products in Bukittinggi City. This empirical study was conducted to analyze the relationship of religiosity, attitudes, and subjective norms to the purchase intention of halal-labeled wardah products. Quantitative analysis techniques were used to test three hypotheses through a survey using five-points Likert scale. The population in this study is the people of Bukittinggi City who intend to buy wardah products labeled halal with a total sample of 80 people. The sampling technique is purposive sampling. The type of data is primary data through the distribution of questionnaires. Data analysis method using Partial Least Square (PLS) test. The result of the study found that religiosity and attitude partially had a positive effect on the purchase intention of wardah products labeled halal, while subjective norms had no effect on intention to buy wardah products labeled halal.

Keywords: *religiosity, attitude, subjective norm and purchase intention*

PENGARUH RELIGIUSITAS, SIKAP, DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP NIAT BELI PRODUK WARDAH BERLABEL HALAL

Teguh Samudra¹, Linda Wati²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : tsamudra67@yahoo.com, lindawati@bunghatta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui niat beli produk wardah berlabel halal di Kota Bukittinggi. Studi empiris ini dilakukan untuk menganalisis hubungan religiusitas, sikap, dan norma subjektif terhadap niat beli produk wardah berlabel halal. Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk menguji tiga hipotesis melalui survei yang menggunakan skala likert lima poin. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bukittinggi yang berniat membeli produk wardah berlabel halal dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data menggunakan uji Partial Least Square (PLS). hasil penelitian ditemukan bahwa religiusitas dan sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk wardah berlabel halal, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat beli produk wardah berlabel halal.

Kata Kunci: *religiusitas, sikap, norma subjektif, dan niat beli*

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Objek Penelitian	25
3.2. Populasi Dan Sampel.....	25
3.2.1. Populasi.....	25
3.2.2. Sampel.....	25
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4. Jenis Data Dan Sumber Data.....	26
3.5. Teknik Pengumpulan Data	26
3.6. Defenisi Operasional Variabel	26
3.6.1. Niat Beli	26
3.6.2. Religiusitas.....	27
3.6.3. Sikap.....	28
3.6.4. Norma Subjektif.....	28
3.7. Skala Pengukuran Variabel	29
3.8. Metode Analisis Data	29
3.8.1. <i>Measurement Model Assessment</i>	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Hasil Penelitian.....	34
4.1.1. <i>Responden Rate</i>	34
4.1.2. Profil Responden.....	35
4.2. Analisis Deskriptif Variabel	36
4.2.1. Niat Beli	36
4.2.2. Religiusitas.....	37
4.2.3. Sikap.....	38
4.2.4. Norma Subjektif.....	40
4.3. <i>Measurement Model Assesment</i>	41
4.3.1. <i>Convergent Validity</i>	41
4.3.2. <i>Discriminant Validity</i>	44
4.3.3. <i>R Square</i>	45
4.4. <i>Structural Model Assesment</i>	45
4.5. Pembahasan	46

4.5.1.	Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Beli	46
4.5.2.	Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli	47
4.5.3.	Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli	48
BAB V PENUTUP		50
5.1.	Kesimpulan.....	50
5.2.	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN		55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Konseptual	24
Gambar 4. 1. <i>Structural Model Assessment</i>	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Hasil Pra-Survey	5
Tabel 3. 1. Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	32
Tabel 4. 1. <i>Response Rate</i>	34
Tabel 4. 2. Profil Responden.....	35
Tabel 4. 3. Niat Beli	36
Tabel 4. 4. Religiusitas.....	38
Tabel 4. 5. Sikap.....	39
Tabel 4. 6. Norma Subjektif.....	40
Tabel 4. 7. Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i> (Tahap 1).....	42
Tabel 4. 8. Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i> (Tahap 2).....	43
Tabel 4. 9. <i>Discriminant Validity dengan Metode Fornell-Larcker Criterion</i>	44
Tabel 4. 10. <i>R Square</i>	45
Tabel 4. 11. Hasil Pengujian Hipotesis	46