

**PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN
KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen
Wizzmie)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

FATICHAH

NIM: 2108204048

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

2024/1446

**PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN
KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen
Wizzmie)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
2024/1446**

ABSTRAK

FATICHAH. NIM 2108204048. “PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wizzmie)”, 2025

Menjamurnya produk asing di Indonesia telah menyebabkan penduduk Indonesia memiliki pemilihan produk yang beragam. Di satu sisi, masyarakat memiliki banyak pilihan yang tersedia. Sementara itu di sisi lain, masyarakat harus memperhatikan kehalalan suatu produk. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi atau pemahaman halal tentang produk yang dikonsumsi masyarakat. Akan tetapi, tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap halal food masih relatif rendah, Kebanyakan orang-orang hanya mengetahui status halal atau tidak halal dari suatu produk berdasarkan label, tetapi tidak selalu produk halal karena dapat dilihat pada label, sehingga diperlukan cara mengedukasi yang dikenal dengan literasi halal food. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi halal food (X1) dan religiusitas (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan kesadaran konsumsi (Z) sebagai variabel mediasi pada konsumen Wizzmie.

Penelitian merupakan Jenis penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Populasi penelitian meliputi konsumen Wizzmie di wilayah Cirebon yang pernah melakukan pembelian minimal 1 kali dalam 3 bulan, baik online maupun offline. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, dengan jumlah sampel 96 yang didapatkan berdasarkan rumus *Purposive Sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan uji Outer model dan inner model untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel, yang diolah dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi halal food (X1) dan religiusitas (X2) tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Y) produk Wizzmie. Hal ini terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,043, T statistik 0,329 yang berada di bawah nilai kritis 1,96, dan P value 0,371 lebih besar dari 0,05, Hasil menunjukkan bahwa Pengaruh literasi halal food terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil yang tidak terlalu signifikan. Hasil juga menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan hasil yang tidak terlalu signifikan, Hal ini terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,080, T statistik 0,625 yang berada di bawah nilai kritis 1,96, dan P value 0,266 ($>0,05$). Namun Literasi halal food (X1) dan Religiusitas (X2) memiliki pengaruh tidak langsung (*full mediation*) terhadap keputusan pembelian (Y) yang signifikan melalui variabel mediasi, yaitu kesadaran konsumsi (Z). Hal ini terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,216, T statistik 2,795 ($>1,96$), dan P value 0,003 ($<0,05$), Hasil juga menunjukkan bahwa religiusitas (X2) memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian (Y) melalui kesadaran konsumsi (Z), dengan nilai koefisien sebesar 0 koefisien sebesar 0,235, T statistik 2,706 ($>1,96$), dan P value 0,003 ($<0,05$).

Kata Kunci: Literasi Halal Food, Religiusitas, Kesadaran Konsumsi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

FATICHAH. NIM 2108204048. “THE EFFECT OF HALAL FOOD LITERACY AND RELIGIOSITY ON PURCHASING DECISIONS WITH CONSUMPTION AWARENESS AS A MEDIATION VARIABLE (Study on Wizzmie Consumers)”, 2025

The proliferation of foreign products in Indonesia has caused the Indonesian population to have a variety of product choices. On the one hand, people have many choices available. Meanwhile, on the other hand, people must pay attention to the halalness of a product. Therefore, it is important to increase literacy or halal understanding of products consumed by the community. However, the level of public knowledge and understanding of halal food is still relatively low. Most people only know the halal or halal status of a product based on the label, but not always halal products because they can be seen on the label, so an educational method is needed which is known as halal food literacy. Therefore, this study aims to analyze the effect of halal food literacy (X1) and religiosity (X2) on purchasing decisions (Y) with consumption awareness (Z) as a mediating variable on Wizzmie consumers.

The research is a type of causal associative research with a quantitative approach with data obtained from primary and secondary sources. The research population includes Wizzmie consumers in the Cirebon area who have made purchases at least 1 time in 3 months, both online and offline. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents, with a sample size of 96 obtained based on the Purposive Sampling formula. Data analysis was carried out using the Outer model and inner model tests to test direct and indirect relationships between variables, which were processed with the help of the SmartPLS 4 application.

The results of the study indicate that halal food literacy (X1) and religiosity (X2) do not have a direct effect on purchasing decisions (Y) of Wizzmie products. This can be seen from the coefficient value of 0.043, T statistic 0.329 which is below the critical value of 1.96, and P value 0.371 which is greater than 0.05. The results show that the effect of halal food literacy on purchasing decisions shows results that are not too significant. The results also show that the effect of religiosity (X2) on purchasing decisions (Y) shows results that are not too significant. This can be seen from the coefficient value of 0.080, T statistic 0.625 which is below the critical value of 1.96, and P value 0.266 (> 0.05). However, halal food literacy (X1) and religiosity (X2) have an indirect effect (full mediation) on purchasing decisions (Y) which is significant through the mediating variable, namely consumption awareness (Z). This can be seen from the coefficient value of 0.216, T statistic 2.795 (> 1.96), and P value 0.003 (< 0.05). The results also show that religiosity (X2) has an indirect effect on purchasing decisions (Y) through consumption awareness (Z), with a coefficient value of 0, coefficient of 0.235, T statistic 2.706 (> 1.96), and P value 0.003 (< 0.05).

Keywords: Halal Food Literacy, Religiosity, Consumption Awareness, Purchasing Decisions

الملخص

فاتيشاه. نيم 2108204048. "تأثير معرفة الطعام الحلال والتدين على قرارات الشراء مع اعتبار الوعي الاستهلاكي متغيرًا وسيطًا (دراسة على مستهلكي ويزمي)"، 2025

يشهد النمو الاقتصادي وعولمة المنتجات الغذائية تطورًا سريعًا في مختلف أنحاء العالم، وبواجهان تحديات كبيرة، لا سيما بالنسبة للمستهلكين المسلمين. وقد تسبب انتشار المنتجات الأجنبية في إندونيسيا في معضلة للشعب الإندونيسي. فمن ناحية، تتعدد الخيارات المتاحة أمام الناس، ومن ناحية أخرى، يجب على الناس الاهتمام بحلالية المنتج. لذلك، من المهم تعزيز معرفة الناس بالمنتجات الحلال التي يستهلكها المجتمع. ومع ذلك، لا يزال مستوى المعرفة والفهم العام للطعام الحلال منخفضًا نسبيًا. يعرف معظم الناس أن المنتج حلال أو حالته حلال فقط من خلال الملصق، ولكن ليس بالضرورة أن تكون المنتجات حلالًا نظرًا لوضوحها على الملصق، لذا يلزم اتباع أسلوب تعليمي يُعرف باسم "محو أمية الغذاء الحلال". لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى ، مع اعتبار الوعي (Y) على قرارات الشراء (X2) والتدين (X1) تحليل تأثير محو أمية الغذاء الحلال Wizzmie. متغيرًا وسيطًا على مستهلكي (Z) الاستهلاكي.

تعتمد هذه الدراسة على نهج كمي، حيث تم الحصول على البيانات من مصادر أولية وثانوية. يشمل مجتمع في منطقة سيريبون الذين قاموا بعمليات شراء مرة واحدة على الأقل خلال 3 Wizzmie الدراسة مستهلكي أشهر، سواء عبر الإنترنت أو خارجه. جُمعت البيانات من خلال توزيع استبيانات على المشاركين. خُللت البيانات باستخدام اختبارات النموذج الخارجي والنموذج الداخلي لاختبار العلاقات المباشرة وغير المباشرة SmartPLS 4. بين المتغيرات، والتي عُولجت بمساعدة تطبيق

لم يكن لهما تأثير مباشر على قرارات الشراء (X2) والتدين (X1) أظهرت النتائج أن معرفة الطعام الحلال وهو أقل من 0.329 T ويمكن ملاحظة ذلك من قيمة المعامل 0.043 وإحصاء Wizzmie. لمنتجات (Y) أكبر من 0.05، وتظهر النتائج أن تأثير معرفة الطعام الحلال على 0.371 P القيمة الحرجة 1.96 وقيمة على (X2) قرارات الشراء يظهر نتائج ليست ذات دلالة إحصائية كبيرة. كما تظهر النتائج أن تأثير التدين يظهر نتائج ليست ذات دلالة إحصائية كبيرة، ويمكن ملاحظة ذلك من قيمة المعامل (Y) قرارات الشراء أكبر من 0.05. ومع ذلك، 0.243 P وهو أقل من القيمة الحرجة 1.96 وقيمة 0.697 T 0.095 وإحصاء لهما تأثير غير مباشر (وساطة كاملة) على قرارات الشراء (X2) والتدين (X1) فإن معرفة الطعام الحلال ويتضح ذلك (Z)، وهو تأثير ذو دلالة إحصائية من خلال المتغير الوسيط، ألا وهو الوعي الاستهلاكي (Y) كما تُظهر النتائج أن 0.003 P ، وقيمة (>1.96) 2.795 T من قيمة المعامل 0.197، وإحصائية ، بقيمة معامل (Z) من خلال الوعي الاستهلاكي (Y) تأثيرًا غير مباشر على قرارات الشراء (X2) للتدين ، بقيمة معامل (<0.05) 0.003 P ، وقيمة (>1.96) 2.706 T 0.235، وإحصائية

الكلمات البحث: معرفة الطعام الحلال، التدين، الوعي الاستهلاكي، قرارات الشراء

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI
PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN
KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen
Wizzmie)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE) padajurusan Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

FATICHAH
NIM: 2108204048

Pembimbing:

Pembimbing I,



Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy
NIP. 19850918 202012 2 004

Pembimbing II,



Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,


H. Achmad Oton Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 1973223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Fatichah, NIM: 2108204048 dengan judul **"PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wizzmie)"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Negeri Islam Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy
NIP. 19850918 202012 2 004


Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,


H. Achmad Oton Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022


LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wizzmie)**" Faticah, NIM: 2108204048, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Negeri Islam Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 20 Juni 2025.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Negeri Islam Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosyah,

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

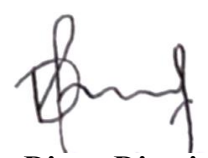

H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022


Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I,

Penguji II,


Moh. Maabruri Faozi, M.A
NIP. 19780205 201101 1 004


Diana Djuwita, M.M
NIP. 19800314 200801 2 018

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatichah

NIM : 2108204048

Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 08 September 2002

Alamat : Desa Pamijahan RT. 04 RW. 01

Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wizzmie)”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Cirebon, 20 Juni 2025

Saya yang menyatakan,



Fatichah
NIM: 2108204048

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, inayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Karya sederhana ini dipersembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan cinta, doa, dukungan, dan semangat tanpa henti. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, perjalanan ini tidak akan terwujud. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada keluarga yang selalu menjadi sumber motivasi dan memberikan dukungan moral selama proses penyusunan skripsi ini. Kepada sahabat dan teman-teman selama perkuliahan, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan dalam suka maupun duka. Terima kasih kepada seluruh dosen jurusan Ekonomi Syariah beserta staf, terutama dosen pembimbing Ibu Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy dan Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.



MOTTO

“senyumlah, syukuri hidupmu. Yakinkan pada dunia bahwa kau mampu!”

(Andmesh)

”Allah tidak akan membebani seseorang melainkan dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah 286:1)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Fatichah, lahir di Cirebon pada tanggal 08 September 2002. Penulis adalah putri kedua dari tiga bersaudara, anak kandung dari Bapak Alimudin (Alm) dan Ibu Musri. Alamat tempat tinggal penulis saat ini yaitu di Desa Pamijahan RT. 04 RW. 01 Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh penulis yaitu:

1. SD Negeri 2 Pamijahan (2009-2015)
2. MTS Salafiyyah (2015-2018)
3. MA Salafiyyah (2018-2021)

Penulis menempuh pendidikan S-1 pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi judul **“PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wizzmie)”** di bawah bimbingan Ibu Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy dan Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si Dengan daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebesar-besarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga dengan izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan yaitu karya tulis ilmiah berupa skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan dan di waktu yang tepat dengan judul **“PENGARUH LITERASI HALAL FOOD DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KESADARAN KONSUMSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wizzmie)”**.

Skripsi ini merupakan salah satu karya ilmiah sederhana yang disusun untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Dalam penyelesaian penyusunan skripsi banyak hambatan yang ditemui oleh penulis namun berkat Allah SWT, bimbingan dari para pembimbing serta dukungan dari berbagai pihak, maka hambatan tersebut dapat dilewati dengan baik. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati serta iringan doa dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc.M.Ag. selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah.
5. Ibu Afiqoh Agustin, S.EL, M.E.Sy dan bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II terima kasih atas kesediannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan saran dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun serta menyelesaikan tugas akhir karya tulis ilmiah berupa skripsi ini.
6. Segenap dosen UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, khususnya dosen dan staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan pengetahuan, ilmu dan motivasi penulis. Terima kasih atas didikan selama masa perkuliahan.

7. Kedua orang tua, Bapak Alimudin (Alm) dan Ibu Musri yang selalu memberikan doa dan dukungan tanpa henti. Tanpa doa, bimbingan dan nasihat dari mereka, penulis tidak akan mampu mencapai tahap ini. Terima kasih telah menjadi sumber inspirasi dan kekuatan dalam hidup penulis. Terima kasih juga disampaikan kepada Kakak dan adik penulis, Jarkasil Ali dan Fakhri Ali, yang selalu memberikan semangat dan hiburan di setiap langkah penulis.
8. Sahabat-sahabat selama perkuliahan “DNA” yang telah menemani, berjuang, dan berproses bersama sejak awal semester hingga akhir. Keluarga KKN kelompok 148, Seluruh teman-teman Ekos B yang telah memberikan kenangan baik, Doa terbaik diharapkan untuk kalian semua, semoga kesuksesan, kebahagiaan, dan keberkahan senantiasa menyertai setiap langkah kita.
9. Terima kasih Fatichah, untuk diri saya sendiri yang sudah bertahan sejauh ini. Untuk segala lelah yang dipendam, air mata yang tak terlihat, dan perjuangan yang sering kali tak terdengar oleh siapa pun. aku bangga karena kamu tidak menyerah.
10. Terima kasih pada semua pihak yang telah terlibat dalam membantu penulis menyusun karya tulis ilmiah berupa skripsi ini namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Cirebon, 20 Juni 2025
Saya yang menyatakan,

Fatichah
NIM: 2108204048

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
الملخص.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
NOTA DINAS	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO.....	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
PEDOMAN TRASLITERASI ARAB-LATIN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan dan Manfaat	13
1. Tujuan Penelitian.....	13
2. Manfaat Penelitian.....	13
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Theory Of Planned Behavior (TPB)	16
B. Literasi Halal.....	17
1. Pengertian Literasi Halal	17
2. Kriteria Halal	18
3. Indikator Literasi Halal	19
C. Religiusitas.....	20
1. Pengertian Religiusitas	20
2. Religiusitas Perspektif Islam	21

3. Indikator Religiusitas	23
D. Keputusan Pembelian.....	24
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	25
3. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam	27
4. Indikator Keputusan Pembelian	28
E. Kesadaran konsumsi.....	30
1. Pengertian kesadaran konsumsi.....	30
2. Kesadaran konsumsi perspektif islam	31
3. Indikator kesadaran konsumsi	33
F. Penelitian terdahulu.....	33
G. Kerangka Berpikir.....	47
H. Pengembangan Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	54
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	54
C. Populasi dan Sampel Penelitian	55
1. Populasi	55
2. Sampel.....	55
3. Teknik pengumpulan sampel.....	56
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data	57
1. Kuesioner atau Angket	57
2. Studi Kepustakaan	59
F. Operasional Variabel Independen.....	59
1. Variabel bebas (independen)	59
2. Variabel terikat (dependen).....	59
3. Variabel mediasi (intervening)	59
G. Teknik Analisis Data	61
1. Pengukuran Outer model (<i>Outer Model Analysis</i>)	62
a. <i>Convergent Validity</i> (Uji validitas konvergen).....	62
1) <i>Standardized Loading Factor</i> (Nilai Loading faktor)	62
2) <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	62
b. Uji Reliabilitas konstruk	62

1) <i>Cronbach's Alpha</i>	63
2) <i>Composite Reliability (CR)</i>	63
c. <i>Uji Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)</i>	63
1) <i>Fornell larcker Criterion</i>	64
2) <i>Cross Loading</i>	64
3) <i>HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio < 0,9)</i>	64
2. Pengukuran Inner Model (<i>Inner Model Analysis</i>)	65
a. Koefisien Determinasi (R^2)	65
b. <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	65
c. <i>Uji path coefficient</i>	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
B. Hasil dan Uji Penelitian	70
C. Gambaran Variabel Penelitian	75
D. Uji Instrumen Penelitian	91
1. Uji validitas	91
2. Uji Reliabilitas	93
E. Analisis inferensial	93
1. Pengukuran Outer model (<i>Outer Model Analysis</i>)	94
a. <i>Convergent Validity</i>	95
1) <i>Standardized Loading Factor</i>	95
2) <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	97
b. <i>Uji Discriminant Validity</i>	98
1) <i>Fornell-Larcker</i>	98
2) <i>Cross Loading</i>	99
3) <i>HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio < 0,9)</i>	102
c. <i>Uji Reliabilitas konstruk</i>	102
1) <i>Cronbach's Alpha</i>	103
2) <i>Composite Reability</i>	104
2. Pengukuran Inner Model (<i>Inner Model Analysis</i>)	104
a. Koefisien Determinasi (R^2)	105
b. <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	106
c. <i>Uji path Analysis</i>	107
F. Pembahasan hasil penelitian	113

BAB V PENUTUP.....	128
A. Kesimpulan	128
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	135



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert	59
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	60
Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 2 Tabel Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk	74
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden.....	75
Tabel 4. 6 Tabel Frekuensi Jawaban Pernyataan Positif Terbanyak.....	76
Tabel 4. 7 Kategori Derajat Pencapaian	78
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel Literasi Halal Food.....	78
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Responden.....	80
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Pernyataan Positif	80
Tabel 4. 11 Kategori Derajat Pencapaian	81
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel Religiusitas.....	82
Tabel 4. 13 Frekuensi Jawaban Responden.....	84
Tabel 4. 14 Frekuensi Jawaban Pernyataan Positif	84
Tabel 4. 15 Kategori Derajat Pencapaian	86
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel.....	86
Tabel 4. 17 Frekuensi Jawaban Responden.....	88
Tabel 4. 18 Frekuensi Jawaban Pernyataan Positif	88
Tabel 4. 19 Kategori Derajat Pencapaian	89
Tabel 4. 20 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel.....	90
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas	91
Tabel 4. 22 Hasil uji Reliabilitas	93
Tabel 4. 23 Hasil <i>Outer Loading Uji Convergent Validity</i>	95
Tabel 4. 24 Hasil uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	97
Tabel 4. 25 Hasil <i>Outer Loading Fornell Larcker</i>	98
Tabel 4. 26 Hasil <i>Cross Loading Uji Discriminant validity</i>	100
Tabel 4. 27 Hasil output uji HTMT <i>Heterotrait Monotrait Ratio</i>	102

Tabel 4. 28 Tabel 8 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	103
Tabel 4. 29 Hasil uji Reliabilitas konstruk <i>Composite Reliability</i>	104
Tabel 4. 30 Tabel hasil uji r square R^2	105
Tabel 4. 31 hasil uji <i>Predictive Relevance Q²</i>	106
Tabel 4. 32 Hasil Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect	107
Tabel 4. 33 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping Indirect Effect</i>	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4. 1 logo Wizzmie.....	70
Gambar 4. 2 Analisis Inferensial.....	94
Gambar 4. 4 Output Algorithm R^2 model penelitian	106

