

Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, dan Kemaslahatan Terhadap Perilaku Mengonsumsi Makanan Halal: Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Kota Padang

Annisa Maulidia Alfian¹, Nurul Huda², Alfian³

¹Universitas Indonesia

²Universitas Yarsi

³UIN Imam Bonjol

annisa.maulidia99@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of attitudes, subjective norms, behavioral control, and masalah on the intention to consume halal food and their implications for consumer behavior. Currently, the consumption of halal products in Indonesia continues to increase yearly, including in the province of West Sumatra, which has a majority Muslim community. For this reason, it is necessary to conduct research related to the consumption behavior of a consumer because the research results can affect economic growth. The distinguishes this research from previous research is the modification of TPB by adding the Masalah variable. This study uses Islamic consumption theory, Islamic consumer behavior theory, and the Theory of Planned Behavior. This study uses survey data by distributing questionnaires to 100 respondents. Hypothesis testing uses SEM analysis with Smart PLS 4.0 software. The results of the hypothesis testing show that the attitude variable has no significant effect on intention. In contrast, the variables of subjective norm, behavioral control, and masalah have a significant effect on consumption intention. The consumption intention variable also has a positive and significant influence on the consumption behavior of halal food among Muslim students in Padang city. Based on the results of the research, the implications of this research are the need for an understanding of religion to form a good attitude in carrying out consumption activities to avoid harm, besides that community cooperation, especially public figures, and scholars provides an example and encourages the community to carry out halal and good consumption.

Keywords: Consumer Behavior, Islamic Consumption, Halal Food, Masalah

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah melihat pengaruh dari sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan masalah terhadap intensi dalam mengonsumsi makanan halal serta implikasinya terhadap perilaku konsumsi. Saat ini, konsumsi produk halal di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Termasuk provinsi Sumatera Barat yang memiliki mayoritas masyarakat beragama Islam. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian terkait perilaku konsumsi seorang konsumen karena hasil penelitian dapat berpengaruh bagi pertumbuhan ekonomi. Hal yang menjadi pembeda dari penelitian sejenis yang sudah ada adalah modifikasi TPB dengan menambahkan variabel Masalah. Penelitian ini menggunakan teori konsumsi Islami, teori perilaku konsumen Islam dan *Theory of Planned Behavior*. Pada penelitian ini, kuesioner disebar kepada 100 responden untuk mendapatkan hasil survey. Pengujian hipotesis menggunakan analisis SEM dengan *software Smart PLS 4.0*. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel sikap tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi, sementara variabel norma subjektif, kontrol perilaku dan masalah berpengaruh signifikan terhadap intensi konsumsi. Variabel intensi konsumsi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi makanan halal pada mahasiswa muslim di Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian, maka implikasi penelitian ini adalah perlunya pemahaman agama untuk membentuk sikap yang baik dalam melakukan kegiatan konsumsi sehingga terhindar dari kemudharatan, selain itu kerjasama masyarakat khususnya tokoh-tokoh public dan ulama juga dibutuhkan untuk memberikan contoh dan dorongan terhadap masyarakat agar melakukan konsumsi yang halal dan baik.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Konsumsi Islami, Makanan Halal, Masalah

PENDAHULUAN

Industri halal menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia beberapa tahun terakhir. Menurut laporan *State of Global Islamic Economy Report* (SGIE) (2022), Indonesia menduduki peringkat 4 di dunia dalam keseluruhan bidang industri halal. Termasuk di dalamnya *halal food* yang berada pada peringkat 2 setelah Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi makanan halal di Indonesia mendominasi pasar secara global. Selain itu, data SGIE mencatat pengeluaran umat muslim Indonesia untuk produk dan layanan halal sebesar USD 184 miliar pada tahun 2020 dan diproyeksikan mencapai USD 281,6 miliar pada tahun 2025. Potensi konsumsi produk halal besar dikarenakan masyarakat muslim mendominasi jumlah populasi di Indonesia.

Perintah untuk menggunakan dan mengonsumsi produk halal terdapat pada Surat Al-Baqarah ayat 168 yang artinya "*Wahai manusia! Makanlah dari(makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. Sungguh, syaitan itu musuh yang nyata bagimu*" Dari perintah ini, dapat dipahami bahwa seorang muslim wajib mengonsumsi produk-produk yang halal dan baik. Hal tersebut menjadi salah satu motif dari seorang muslim untuk melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan Syari'at.

Penduduk muslim mencapai 237,46 juta jiwa atau setara dengan 86,7% dari seluruh total penduduk di Indonesia. Persentase penduduk yang besar ini berbanding lurus dengan tren dan tingkat konsumsi terhadap produk-produk halal. Menurut data kementerian perindustrian, pada tahun 2024 diproyeksikan terjadi peningkatan konsumsi produk halal sebesar 3,2 triliun. Peningkatan jumlah konsumsi ini merupakan suatu keuntungan bagi perekonomian negara Indonesia. Karena, industri halal berpeluang menambah USD 5,1 Miliar atau 72,9 triliun terhadap PDB. Untuk itu, perlu adanya kajian tentang Intensi seorang muslim dalam membeli dan menggunakan produk halal. Menurut penelitian Huda,dkk (2017) menyatakan bahwa penelitian terkait perilaku konsumen muslim dalam mengonsumsi produk-produk halal di Indonesia dapat memberikan kontribusi pemikiran dan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi tersebut terjadi karena adanya peningkatan investasi oleh penyedia produk halal.

Salah satu daerah yang memiliki perkembangan pesat dalam industri halalnya yaitu Sumatera Barat. Mayoritas penduduk di daerah ini menganut agama Islam. Menurut data Kementerian Agama (2020) persentase masyarakat muslim di Sumatera Barat mencapai 97,48%. Dengan jumlah yang besar ini, makanan halal

menjadi salah satu sektor industri yang berpengaruh di Sumatera Barat. Tercatat pada tahun 2016, Sumatera Barat berhasil mendapatkan anugerah penghargaan sebagai destinasi kuliner halal terbaik pada sebuah acara di Abu Dhabi yaitu ajang *World Halal Tourism* (Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat, 2016). Oleh karena itu, penelitian ini menjadikan mahasiswa muslim di Sumatera Barat, khususnya Kota Padang sebagai objek penelitian.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Putra dan Nurdin (2018) dengan judul penelitian Penerapan Theory of Planned Behaviour (TPB) pada pembelian produk halal di Banda Aceh, penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *attitude, subjective norm dan perceived behaviour control* berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat pembelian makanan halal. Selain itu, analisis TPB juga pernah diterapkan pada penelitian oleh Mariana,dkk (2020), pada penelitian yang dilakukan oleh Mariana tersebut menghasilkan seluruh variabel TPB berpengaruh terhadap minat beli konsumen, dengan demikian perusahaan perlu membangun sikap positif konsumennya dan meyakinkan bahwa produk yang mereka sajikan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penerapan analisis TPB tidak selalu menggunakan variabel-variabel patennya, melainkan beberapa penelitian memodifikasi model TPB dengan menambahkan variabel lain. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kadengkang & Linarti (2020) dengan menambahkan variabel religiusitas dan variabel pengetahuan terhadap produk terhadap intensi serta perilaku seorang konsumen muslim dalam memutuskan pembelian kosmetik halal. Hasil penelitian menunjukkan seluruh variabel berpengaruh terhadap niat beli dan perilaku konsumen muslim secara positif dan signifikan. Implikasi dari penelitian tersebut bahwa mahasiswa muslim diharapkan untuk teliti terhadap label halal dan kandungan kosmetik supaya tidak menggunakan produk yang memiliki kandungan tidak halal.

Selain penelitian di atas, analisis penerapan model TPB juga pernah dilakukan oleh Huda, dkk (2017), Amalia dan Fauziah (2018) yang menjadikan mahasiswa muslim sebagai objek penelitian, serta Ahsen dan Hendayani (2022) yang menjadikan generasi milenial muslim sebagai objek penelitian. Masing-masing penelitian tersebut juga menggunakan analisis SEM untuk melihat pengaruh dari model TPB terhadap intensi serta perilaku konsumsi.

Hal yang menjadi pembeda penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah penggunaan variabel masalah sebagai modifikasi dari model TPB. Masalah adalah segala kondisi kebutuhan seseorang yang bisa menjadikan dan mengangkat derajat manusia menjadi makhluk yang mulia . Dalam hal perilaku konsumsi, konsumen nantinya perlu menimbang apakah terdapat manfaat dan berkah dalam kegiatan konsumsinya. Manfaat dirasakan apabila ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik, sementara berkah didapatkan apabila hal yang dikonsumsi adalah barang/layanan yang halal (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, 2015). Menurut penelitian Septiana (2015) dalam melakukan konsumsi perlu menekankan pada konsep masalah. Jika konsumen merasakan terdapat masalah dalam suatu kegiatan, maka konsumen akan rela melakukan kegiatan tersebut meskipun manfaat secara langsung tidak langsung terlihat. Sehingga variabel

masalah ini merupakan unsur yang penting dalam melihat pengaruh terhadap intensi yang nantinya juga mempengaruhi perilaku konsumsi

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh dari sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan masalah terhadap intensi dan perilaku seorang muslim dalam mengonsumsi makanan halal.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Konsumsi Islami

Rivai,dkk (2018) menjelaskan bahwa seseorang yang ingin memenuhi kebutuhan barang dan jasa harus menjalankannya sesuai dengan syariat. Dalam agama Islam, konsumsi dilakukan tidak hanya memenuhi keinginan hawa nafsu saja, melainkan ibadah harus disertakan. Parameter kepuasan seorang muslim dalam hal konsumsi berdasarkan keinginan yang tinggi terhadap keberkahan serta manfaat untuk lingkungan sekitar. Manfaat lingkungan adalah amal saleh yang artinya dengan mengonsumsi suatu produk atau menggunakan layanan jasa akan mendapatkan manfaat dan berkah bagi pribadi dan lingkungan. Lingkungan dalam konteks ini terkait masyarakat dan alam sehingga umat muslim harus memperhatikan aspek-aspek tersebut dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Teori Perilaku Konsumen Islam

Teori perilaku konsumsi adalah teori yang berguna untuk menilai bagaimana seseorang memilih sesuatu dari beberapa sumber daya yang ada. Teori perilaku konsumen Islam terkait motif, nilai disarm fondasi dan tujuan dalam melakukan kegiatan konsumsi. Kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal berupa nilai guna (*utility*) barang dan jasa yang dikonsumsi. Dalam menentukan kecenderungannya seorang konsumen dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, nilai yang mereka anut, kebiasaan adat dan perintah agama serta selera. Di tingkatan paling tinggi, kebiasaan/perilaku konsumsi dipengaruhi oleh keimanan. Apabila seseorang memiliki kondisi keimanan yang baik, maka kemaslahatan, kewajiban serta kebutuhan menjadi motif utamanya. (Rivai, Huda, Ekawati, & Riorini, 2018)

Konsumsi dilakukan dengan cara yang hemat (*saving*) dan mengeluarkan hak-hak orang lain serta menjauhi perilaku dilarang yakni khamar, judi dan ketidakjelasan(*gharar*). Konsumsi umat muslim diwajibkan untuk sesuai dengan kebutuhan tidak perlu bermegah-megahan, mubazir, bahkan berutan demi bergaya megah. Oleh karena itu, keberkahan dan kemanfaatan menjadi hasil yang dipetik (Qardhawi, 2000)

Theory of Planned Behaviour(TPB)

Theory of Planned Behaviour awalnya adalah *theory of Reasoned Action* di tahun 1980 yang bertujuan untuk menilai niat seorang individu untuk dalam melakukan aktivitas. Teori ini berguna untuk menjelaskan suatu perilaku dimana seseorang punya kemampuan kontrol diri,sehingga TPB dapat memprediksi dan menjelaskan berbagai perilaku. Variabel TPB yang digunakan pada penelitian ini mencakup sikap, norma subjektif dan kontrol diri terhadap intensi seseorang.

Variabel sikap terkait dengan keadaan seseorang yang mengetahui kesukaan terhadap perilaku yang ia jalankan. Norma subjektif terkait dengan dorongan individu lain yang menyetujui perilaku tersebut atau tidak. Hal tersebut lah yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Selanjutnya yaitu variabel kontrol perilaku, variabel ini juga dapat digunakan untuk memprediksi intensi dan perilaku seorang individu. Seseorang yang memiliki kemampuan dan penguasaan terhadap kegiatan yang dilakukan akan cenderung lebih bisa bertahan dibandingkan seseorang yang meragukan kemampuannya (Ajzen, 1991)

Maslahah

Imam Syaitibi mengartikan *masalahah* sebagai upaya barang dan jasa dalam memenuhi dan memelihara elemen dasar manusia diantaranya ada lima elemen yaitu menjaga agama, keturunan, kehidupan intelektualitas dan kekayaan/harta. Jika seluruh elemen dapat menjaga kelima hal tersebut maka disebut sebagai masalahah. Untuk itu seluruh kegiatan perekonomian seseorang harus mengupayakan keseimbangan antara dunia dan akhirat.

Menurut Nasution,dkk (2017)Seorang konsumen Islam, akan melakukan konsumsi berdasarkan beberapa tingkatan tertentu, sehingga memiliki batasan dalam melakukan konsumsi. Hal yang mendasari batasan ini adalah masalahah. Barang dan jasa tidak seluruhnya memiliki dampak masalahah, jika hal demikian terjadi, maka barang/layanan tersebut tidak layak untuk dikonsumsi. Prioritas pemenuhan kebutuhan dalam Islam didasarkan atas 3 hal yaitu *daruriyyah*, *hajiyyah* dan *tahsiniyyah*. *Daruriyyah* merupakan tujuan yang mendasar yaitu mencakup terpenuhinya lima elemen masalahah. Sementara *Hajiyyah* bertujuan untuk memberi kemudahan untuk manusia dalam menjalankan hidup. Kebutuhan *Tahsiniyyah* memenuhi kenyamanan dan keindahan dalam hidup. Terdapat kebolehan untuk mencapai pemanfaatan dar barang dan jasa yang lebih baik,

METODE PENELITIAN

Data pada yang digunakan berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada 100 sampel. Penelitian ini menjadikan seorang muslim yang menempuh pendidikan di kota Padang, Sumatera Barat sebagai populasi. Pemilihan mahasiswa muslim di Kota Padang karena mayoritas perguruan tinggi Sumatera Barat berada di Kota Padang. Teknik penentuan sampel adalah *snowball sampling* dan *convenient sampling*. Data sekunder juga digunakan dalam penelitian ini yang diperoleh dari data dan dokumen yang ada di website kementerian agama, kementerian perindustrian, kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, buku, Al-Qur'an, jurnal dan literatur-literatur terkait lainnya.

Penelitian ini menggunakan 5 variabel laten dengan 15 indikator. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan skala likert dengan rentang bobot skor 1-5. Bobot skor 5 menjelaskan sangat setuju hingga bobot skor satu bobot skor 1 menjelaskan sangat tidak setuju terhadap pernyataan tiap-tiap indikator. Pernyataan indikator diperoleh dari berbagai sumber dan literatur terkait. Hasil dari

pembobotan skor indikator dari setiap responden akan dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM)

Structural Equation Model (SEM) ialah suatu teknik analisis multivariat tujuannya untuk melakukan pengujian antar variabel. SEM memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non recursive* agar memperoleh gambaran keseluruhan dari sebuah model (Bullock, Harlow, & Mulaik, 1994) SEM memiliki keunggulan dalam menganalisis model yang kompleks dalam suatu proses terpadu. SEM mampu menghasilkan analisis varians yang lebih ketat dan memungkinkan peneliti tidak hanya memasukkan variabel umum tapi juga variabel spesifik yang lebih eksplisit ke dalam model (Gefen, Starub, & Boudreau, 2000)

ANALISIS DATA

SEM-PLS merupakan analisis data pada penelitian ini yang dijalankan melalui software Smart-PLS 4.0. Sesuai dengan prosedur SEM PLS yaitu melakukan evaluasi terhadap *outer dan inner* model yang sudah ditentukan.

EVALUASI OUTER MODEL

Terdapat tiga tahapan yang digunakan untuk melakukan evaluasi *outer model* yaitu uji validitas konvergen dengan melihat nilai *outer loading* dan nilai AVE, lalu yang kedua uji validitas diskriminan dengan melihat nilai dominasi dari suatu variabel laten terhadap variabel laten lainnya, ketiga yaitu uji *composite reliability*.

1. *Convergent Validity*

Suatu indikator dari sebuah variabel jika memiliki nilai korelasinya lebih dari 0,60 maka dapat dikatakan valid. Sementara itu, apabila nilai indikator tidak lebih dari 0,60, indikator tersebut perlu harus dihapus dan dikeluarkan dari model dan dilakukan perhitungan ulang hingga semua indikator nilai korelasinya di atas 0,60. Tidak ada indikator yang memiliki nilai di bawah 0,60 pada penelitian ini, artinya seluruh indikator dikatakan valid dan bisa digunakan untuk membangun model akhir SEM-PLS

Tabel 1
Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loading	Hasil
Sikap	A1	0.863	Valid
	A2	0.903	Valid
	A3	0.912	Valid
Norma Subjektif	B1	0.927	Valid
	B2	0.922	Valid
	B3	0.845	Valid
Kontrol Perilaku	C1	0.870	Valid
	C2	0.917	Valid
	C3	0.931	Valid

Maslahah	D1	0.910	Valid
	D2	0.957	Valid
	D3	0.920	Valid
Intensi	Y1	0.881	Valid
	Y2	0.926	Valid
	Y3	0.911	Valid
	Y4	0.897	Valid
Perilaku	Z1	0.863	Valid
	Z2	0.922	Valid
	Z3	0.889	Valid
	Z4	0.929	Valid

Selain melihat nilai *Loading factor*, uji validitas juga bisa dilihat melalui nilai AVE (*Average Variance Extracted*) dari setiap variabel. Apabila nilai AVE variabel tersebut besar dari 0,50 maka variabel dikatakan valid.

Tabel 2
Nilai Average Variance Extracted

Variabel	AVE	Hasil
Sikap	0.797	Valid
Norma Subjektif	0.808	Valid
Kontrol Perilaku	0.821	Valid
Maslahah	0.863	Valid
Intensi	0.817	Valid
Perilaku	0.812	Valid

Berdasarkan hasil pada table 2, nilai AVE seluruh variabel telah memenuhi *rule of thumb* yang disyaratkan yaitu >0,50. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria uji validitas konvergen.

2. *Discriminant Validity*

Pada uji ini, melihat masing-masing indikator dalam mencerminkan dan mendominasi variabel laten lainnya. Nilai validitas diskriminan dapat dilihat melalui nilai *crossloading*. Apabila nilai *crossloading* indikator tersebut dapat lebih tinggi dibanding variabel-variabel laten yang lainnya maka indikator dari variabel tersebut dapat dikatakan baik. Pada uji ini, diharapkan seperangkat indikator yang digabungkan tidak bersifat unidimensional.

Tabel 3
Uji Validitas Diskriminan

Variabel	Intensi	Kontrol Perilaku	Maslahah	Norma Subjektif	Sikap	Perilaku
A1	0.565	0.557	0.530	0.701	0.863	0.533
A2	0.609	0.623	0.538	0.740	0.903	0.600
A3	0.717	0.725	0.711	0.848	0.912	0.722
B1	0.764	0.744	0.701	0.927	0.873	0.746
B2	0.703	0.729	0.652	0.922	0.836	0.727

B3	0.738	0.718	0.642	0.845	0.607	0.711
C1	0.720	0.870	0.632	0.678	0.580	0.686
C2	0.797	0.917	0.772	0.716	0.633	0.825
C3	0.890	0.931	0.820	0.808	0.727	0.856
D1	0.766	0.766	0.910	0.695	0.603	0.785
D2	0.791	0.769	0.957	0.701	0.628	0.819
D3	0.780	0.762	0.920	0.670	0.642	0.809
Y1	0.881	0.814	0.728	0.737	0.631	0.800
Y2	0.927	0.843	0.789	0.746	0.666	0.834
Y3	0.911	0.794	0.727	0.732	0.652	0.804
Y4	0.896	0.766	0.787	0.748	0.624	0.819
Z1	0.755	0.724	0.774	0.697	0.578	0.863
Z2	0.865	0.840	0.790	0.772	0.646	0.922
Z3	0.771	0.748	0.738	0.687	0.625	0.889
Z4	0.850	0.834	0.808	0.762	0.670	0.929

Berdasarkan table 3, nilai *crossloading* dari masing-masing indikator lebih tinggi dibanding indikator dari variabel laten lainnya. Artinya indikator-indikator memiliki nilai validitas diskriminan yang baik pada penelitian ini.

3. *Composite Reliability*

Dalam outer model, salah satu uji yang dilakukan yaitu uji reliabilitas. Suatu konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,70

Tabel 4
Nilai *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Hasil
Sikap	0.922	Reliable
Norma Subjektif	0.926	Reliable
Kontrol Perilaku	0.932	Reliable
Maslahah	0.950	Reliable
Intensi	0.947	Reliable
Perilaku	0.945	Reliable

Berdasarkan table 4, seluruh variabel laten memiliki nilai *composite reliability* > 0,70, maka seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

EVALUASI INNER MODEL

Tahapan yang dilakukan pada *inner model* adalah melihat nilai koefisien determinasi dan nilai P values serta T statistics dari masing-masing variabel untuk mengetahui signifikansi dan membuktikan hipotesis

1. Koefisien Determinasi

Tabel 5
Nilai Koefisien Determinasi

Variabel	<i>R-Square</i>
Intensi	0.844

Perilaku 0.812

Variabel sikap, variabel norma subjektif dan variabel kontrol perilaku serta variabel masalah memiliki kontribusi 84,4% untuk menjelaskan variabel intensi, dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam model.

Variabel intensi memiliki kontribusi 81,2% untuk menjelaskan variabel perilaku, dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam model.

2. Uji Hipotesis

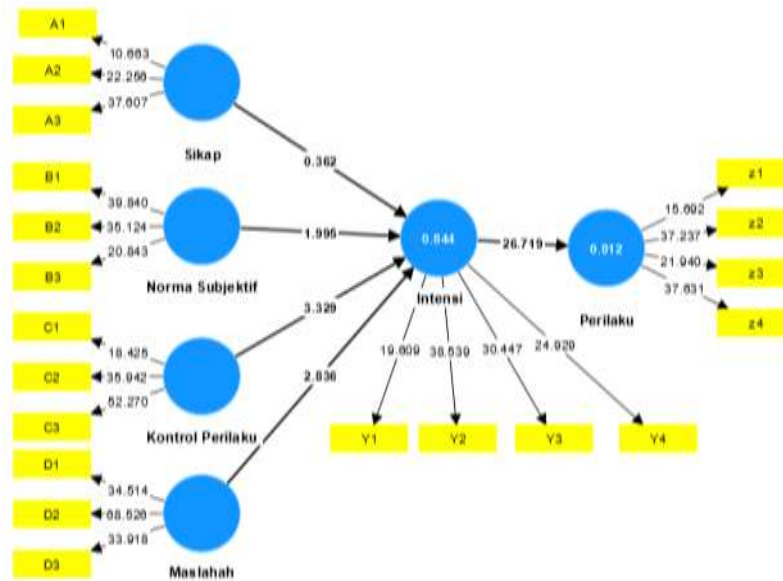
Tabel 6
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	T Statistics	P Values	Hasil
H1: Sikap → Intensi	0.125	0.718	H0 Diterima
H2: Norma Subjektif → Intensi	1.995	0.046	H2 Diterima
H3: Kontrol Perilaku → Intensi	3.329	0.001	H3 Diterima
H4: Masalah → Intensi	2.836	0.005	H4 Diterima
H5: Intensi → Perilaku	26.179	0.000	H5 Diterima

Berdasarkan table 6, variabel sikap punya nilai P values $0.719 > 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel sikap terhadap intensi, sementara variabel norma subjektif memiliki nilai signifikansi $0,047$, variabel kontrol perilaku $0,001$ dan variabel masalah $0,005$ setiap variabel memiliki nilai signifikansi di bawah $0,05$ artinya masing-masing variabel norma subjektif, kontrol perilaku, masalah punya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel intensi. Selain itu, variabel intensi memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel intensi terhadap variabel perilaku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 1
Model Struktural



Setelah melakukan uji signifikansi terhadap variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan masalah terhadap perilaku melalui variabel intensi. Dapat disimpulkan bahwa pada hipotesis pertama, sikap mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap intensi. Hubungan antara sikap terhadap intensi adalah tidak signifikan karena nilai T-Value kecil dari 1.64 yaitu 0.125. Sehingga H0 diterima dan H1 ditolak dengan koefisien regresi sebesar -0,045. Penelitian ini selaras dengan hasil pengkajian oleh Huda,dkk (2017) bahwa sikap tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku melalui variabel intensi.

Pada selanjutnya yaitu H2 yang menguji pengaruh norma subjektif terhadap intensi, membuktikan bahwa norma subjektif mempunyai pengaruh terhadap intensi secara signifikan dan positif. Hubungan antara norma subjektif terhadap intensi memiliki nilai T-value lebih besar dari 1.64 yaitu 1.995. Sehingga H2 diterima dengan koefisien regresi sebesar 0,046. Adanya pengaruh positif ini dikarenakan dorongan dari orang-orang terdekat atau tokoh ulama terhadap mahasiswa muslim di kota padang untuk mengonsumsi makanan halal yang sejalan dengan syari'at Islam. Penelitian ini mempunyai hasil yang selaras dengan penelitian oleh Putra dan Nurdin (2018) serta Ahsen dan Hendayani (2022) bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap intensi pembelian makanan halal.

Pada selanjutnya yaitu H3 yang menguji pengaruh kontrol perilaku terhadap intensi, membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kontrol perilaku terhadap intensi. Hubungan antara kontrol perilaku terhadap intensi mempunyai nilai T-value > 1.64 yaitu 3.329. Sehingga H3 diterima dengan koefisien regresi sebesar 0,001. Kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan karena semakin paham seorang konsumen terhadap manfaat yang terkandung dalam makanan halal, maka semakin besar intensi untuk membeli dan mengonsumsi makanan tersebut. Penelitian ini mempunyai hasil yang selaras dengan penelitian oleh Mariana,dkk (2020) serta Ahsen dan Hendayani (2022) bahwa kontrol perilaku berpengaruh terhadap intensi pembelian makanan halal.

Pada hipotesis keempat, ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel masalah terhadap intensi. Hubungan antara masalah terhadap intensi mempunyai nilai T-value > 1.64 yaitu 2.836. Sehingga H4 diterima dengan koefisien regresi sebesar 0,005. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa masalah memiliki pengaruh positif yang signifikan karena seorang muslim akan memikirkan apakah terdapat masalah dalam melakukan kegiatan konsumsi, konsumen akan mempertimbangkan apakah makanan tersebut akan menjaga dirinya dari kemudharatan dan mendatangkan berkah. Semakin besar kemaslahatan yang diterima maka semakin besar intensi dalam mengonsumsi makanan halal.

Pada hipotesis kelima, terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel intensi terhadap perilaku. Hubungan antara intensi terhadap perilaku memiliki nilai T-value lebih besar dari 1.64 yaitu 26.179. Sehingga H5 diterima dengan koefisien regresi sebesar 0,000. Hasil uji hipotesis dari variabel intensi terhadap keputusan konsumsi memperlihatkan adanya pengaruh positif dan signifikan dikarenakan konsumen yang memiliki intensi yang tinggi pada makanan halal maka konsumen tersebut akan mengonsumsi makanan halal. Penelitian ini mempunyai hasil yang selaras dengan penelitian oleh Amalia dan Fauziah (2018) yang menyatakan bahwa minat konsumsi berpengaruh besar terhadap perilaku konsumsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel sikap tidak punya pengaruh yang signifikan terhadap intensi konsumsi. Sementara variabel norma subjektif, kontrol perilaku dan masalah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi konsumsi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pemahaman terhadap perintah dan larangan agamanya, dan berupaya untuk menaati aturan-aturan syariat serta didorong oleh tokoh-tokoh dan ulama di sekitarnya, akan memiliki intensi untuk mengonsumsi makanan halal yang berimplikasi pada keputusan untuk mengonsumsi makanan halal. Konsumsi makanan halal pada penelitian ini juga berorientasi pada masalah, yang mana tujuan dari masalah tersebut yaitu menghindari seseorang dari kemudharatan dan mencapai keberkahan dari Allah SWT.

Dengan hasil penelitian yang diperoleh, dapat disarankan bahwa perlunya pengetahuan seseorang terkait ketentuan syara' dan etika dalam konsumsi islami, sehingga kemampuan tersebut akan membentuk sikap yang baik dan dorongan untuk mengonsumsi makanan halal. Selain itu, disarankan kepada tokoh-tokoh ulama dan tokoh publik yang dapat memberi pengaruh terhadap masyarakat untuk mencontohkan dan mengarahkan masyarakat agar melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan perintah Allah, yaitu mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*tayyib*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsen, M. S., & Hendayani, R. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Makanan Halal Pada Mahasiswa Muslim. *e-Proceeding of Management*, 2771-2781.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour . *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 179-211.
- Amalia, R. Y., & Fauziah, S. (2018). Perilaku Konsumen Milenial Muslim pada Resto Bersertifikat Halal di Indonesia : Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajzen. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 200-218.
- Bullock, H. E., Harlow, L. L., & Mulaik, S. A. (1994). Caution Issues in Structural Equation Modeling Research. *Structured Equation Modeling*, 253-367.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat. (2016, Oktober 08). *Sumbarprov.go.id*. Retrieved from Sumbar Wakili Indonesia World Halal Tourism Award 2016: <https://sumbarprov.go.id/home/news/8863-sumbar-wakili-indonesia-world-halal-tourism-award-2016>
- Gefen, D., Starub, D. W., & Boudreau, M. C. (2000). Structural equation modeling techniques and regression: Guidelines for research. *Communications of Association for Information System*, 32.
- Huda, N., Hulmansyah, & R, N. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 247-270.
- Kadengkang, J. A., & Linarti, U. (2020). Pengukuran perilaku dan niat beli produk kosmetik halal melalui modifikasi theory of planned behavior (TPB). *JIPT (Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan)*, 19-25.
- Kementerian Agama. (2020). *Kementrian Agama Sumatera Barat dalam Angka*. Padang: Kantor Wilayah Kementrian Agama Sumatera Barat .
- Mariana, T., Suhartanto, D., & Gunawan, A. I. (2020). Prediksi Minat Beli Makanan Cepat Saji Halal: Aplikasi Theory of Planned Behavior. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar* (pp. 1180-1185). Bandung: Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS).
- Nasution, M. E., Setyanto, B., Huda, N., Mufraeni, A., & Sapta, B. (2017). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. (2015). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Putra, L. S., & Nurdin, R. (2018). Penerapan Theory Of Planned Behavior Dalam Pembelian Makanan Halal Pada Masyarakat Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 13-21.
- Qardhawi, Y. (2000). *Norma dan Etika Konsumsi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 5 No 6 (2023) 3786-3798 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v5i6.3658

Rivai, V., Huda, N., Ekawati, R., & Riorini, S. V. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.

Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1-17.