

**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP
HALAL PURCHASE MASTURAH DENGAN RELIGIUSITAS
SEBAGAI VARIABEL *MODERATE***

SKRIPSI

Dajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Memperole Gelar Sarjana (SE) Pada Progran Studi
Ekonomi Syariah



OLEH

RINNIE WULANDARI

NIM: 17681036

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
2022**

Hal:Permohonan Pengajuan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Rektor IAIN Curup
DiCurup

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Setelah diadakannya pemeriksaan dari perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **RINNIE WULANDARI** yang berjudul "**Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masthurah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderate**" sudah dapat di ajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkanterimakasih.

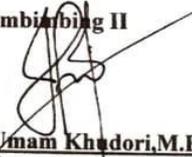
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Curup, 28 Juli 2022

Pembimbing I


Dr. Muhammad Istan, SE.,M.Pd.,MM
NIP.197502192006041008

Pembimbing II


Khairul Umam Khudori,M.E.I
NIP.19900725218011001

I am Sorry !!!!!

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rinnie Wulandari
NIM : 17681036
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diakui atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 27 Juli 2022

Peneliti



Rinnie Wulandari
NIM: 17681036

I am Sorry !!!!!



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. A.K. Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 kodepos 39119
Website/facebook: FakultasSyariahDanEkonomi Islam IAIN Curup. Email: fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 350 /In.34/FS/PP.00.9/08/2022

Nama : **Rinnie Wulandari**
Nim : **17681036**
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**
Prodi : **Ekonomi Syariah**
Judul : **Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masturah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderat**

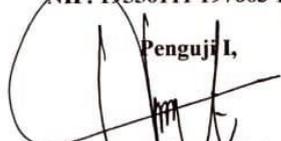
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/ Tanggal : **Selasa, 16 Agustus 2022**
Pukul : **11.00-13.30 WIB.**
Tempat : **Ruang 2 Fakultas Syariah IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

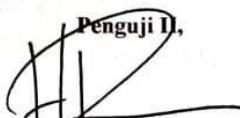
Ketua


Prof. Dr. H. Budi Kisworo, M.Ag.
NIP. 19550111 197603 1 002


Penguji I,
Hendrianto, M.A
NIDN.12021068701

Sekretaris


Musda Asmara, M.A
NIP. 19870910 201903 2 0014


Penguji II,
Habbarahman, S.H.I., M.H
NIP.19853029 201903 1 005

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam


Dr. Yusufri, M. Ag.
NIP. 19700202 199803 1 007

I am Sorry !!!!!

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan karunianya. Shalawat beserta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafa'atnyadihari akhir kelak.

Alhamdulillah rasa syukur tak terhingga peneliti ucapkan kepada Allah SWT sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masturah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderate”**. Yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, arahan, nasehat, perhatian serta semangat dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pertama kali peneliti mengucapkan terimakasih tak terhingga kepada:.

1. Kepada keluarga besar yang teristimewa yakni kedua orang tua, Ayahku Rudi Yanto dan Ibuku Yanti Marlina yang selalu mendoakan, memberikan motivasi serta semangat dan pengorbanannya baik dari segi moril maupun materil. Semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan dunia maupun akhirat, Aamiin.
2. Bapak Prof.Dr.Idi Warsah,M.Pd.I selaku Rektor IAIN Curup
3. Bapak Dr.Muhammad Istan, S.E.,M.Pd.,M.M selaku Wakil Rektor I, sekaligus pembimbing 1 yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan kontribusi baik berupa tenaga pikiran di tengah-tengah kesibukannya guna memberikan

bimbingan, petunjuk skripsi dan menjalani proses akademik di IAIN Curup. Bapak Dr.KH. Ngadri Yusro, M.Ag. selaku Wakil Rektor II dan Bapak Dr.Fahrudin, M.Pd.I. selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

4. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Curup.
5. Bapak Oloan Muda Hasyim, LC, M.A selaku wakil dekan I,
6. Bapak Mabrusyah, S.Pd., S.I selaku wakil dekan II.
7. Ibu Mega Ilhamiwati, MA selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
8. Bapak Muhammad Abdul Ghoni,M.Ak selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan waktunya dan memberikan petunjuk dan penyusunan skripsi ini.
9. Segenap dosen Fakultas Syariah Institut Agama Islam (IAIN) Curup. Yang telah mendidik dan membimbing selama peneliti menempuh perkuliahan.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat peneliti berikan sebagai imbalan, kecuali do'a semoga Allah SWT selalu membalas kebaikan dengan balasan yang lebih dan lebih baik.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekeliruan baik dari segi isi maupun tulisan, maka dari itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk mewujudkan penelitian yang lebih baik lagi kedepannya. Semoga skripsi ini bermanfaat tidak hanya bagi peneliti, tetapi bagi pembaca lain pada umumnya dan membantu dalam bidang pendidikan maupun dalam kehidupan sehari-hari.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Curup, 27 Juli 2022

Peneliti



Rinnie Wulandari

17681036

I am Sorry !!!!!

Motto

Motto

“Memberikan kebaikan kepada orang lain berarti juga memberikan kebaikan kepada diri sendiri...(Q.S Al-Isra:7)

(Rinnie Wulandari)

19 Juli 1999

PERSEMBAHAN

Bismillahhirahmannirrahim.

Tidak ada apa-apa diri ini jika tidak ada Allah SWT dihati, serta Allah SWT yang menghantarkan hambanya kepada gelar sarjana, maka kupersembahkan mahakarya kepada:

1. Ucapan dan syukur dan terimakasih kepada Allah SWT yang tak henti-henti memberikan saya petunjuk serta kelancaran atas terselesainya skripsi saya.
2. Untuk orang yang paling berjasa dalam hidupku, orang yang telah mendidikku, membimbingku, mencintaiku, menyayangiku, yang selalu ada memberi support apapun yang terjadi, yang tak pernah mengeluh terhadap perilikuku, orang yang selalu membanggakanku didepan siapapun, yang selalu berjuang agar anak-anaknya hidup dengan bahagia dan tercukupi, rasanya semua ini tidak cukup untuk menggambarkan sosok dirimu, ya kalian adalah kedua orang tuaku yang sangat berarti dalam hidupku. Bapak tercinta (Rudi Yanto) dan ibuku tersayang (Yanti Marlina) terimakasih telah menjadi orang tua terhebat, terkuat, terperkasa dalam hidupku, aku tau bagaimana perjuangan kalian demi anak-anakmu ini dan aku adalah saksi atas segala perjuangan kalian. Semua ini aku berikan kepada kalian yang telah memberiku semangat tiap hari, mendoakanku tiada henti hingga kalian memberiku kepercayaan di titik ini.
3. Terimakasih kepada pembimbing I Bapak DR. Muhammad Istan, SE.,M.Pd.,MM dan pembimbing II Bapak Muhammad Abdul Ghoni,M.Ak.

Berkat kesabaran kalian dan cinta kasih sebagai dosen untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi saya hingga selesai.

4. Terimakasih kepada keluarga besar Ma'had Al-Jamiah IAIN Curup, terkhusus kepada ayahanda DR. Yusefri, M.Ag dan umi Sri Wihidayati, MH.
5. Terimakasih kepada seluruh dosen-dosen sekitaran IAIN Curup, kalian adalah pahlawan tanpa jasa, terimakasih atas ilmu-ilmu yang telah di berikan sehingga sampai pada titik ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan ekonomi syariah angkatan 2017 lokal A dan B. terimakasih atas kebersamaannya dan kerjasama selama masa perkuliahan.
7. Untuk almamater kampus IAIN CURUP dan almamater tercinta Ma'had Al-Jami'ah IAIN CURUP.

**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP HALAL
PURCHASE MASTURAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERATE**

Rinnie Wulandari
17681036

Abstrak:

Mengonsumsi suatu barang atau jasa merupakan suatu cara manusia untuk bertahan hidup yang menimbulkan kehendak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan guna menjalankan kelangsungan hidup dan menjalankan fungsinya, sedangkan keinginan merupakan hasrat manusia untuk mewujudkannya sehingga terjadi kepuasan. Dalam islam kebutuhan tidak hanya untuk memenuhi keberlangsungan hidup saja tetapi juga memepertimabngkan konsep maslaha yaitu manfaat dan berkah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap *halal purchase Masthurah* dengan religiusitas sebagai variabel *moderate*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan SPSS 16 dan regresi linier berganda *moderate* dengan SPSS 16 menggunakan rumus MRA (*Moderate Regretion Analisis*). Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa angket terhadap 15 orang responden (Masthurah).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap *halal purchase* hal ini dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,371-2,179) serta nilai signifikan $> 0,05$ (0,195 $> 0,05$). gaya hidup (X2) terdapat pengaruh secara parsial terhadap *halal purchase* hal ini dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,048-2,179) serta nilai signifikan $< 0,05$ (0,030-0,05). Religiusitas tidak mampu *memoderate* pengaruh pendapatan terhadap *halal purchase* hal ini ditunjukan dengan hasil pengujian yang menunjukkan dimana nilai koefisien variabel religiusitas dalam *memoderate* pengaruh pendapatan terhadap *halal purchase* (X1M) sebesar -0,06 dengan nilai signifikansi sebesar 0,34 $> 0,05$. Religiusitas tidak mampu *memoderate* pengaruh gaya hidup terhadap *halal purchase* hal ini ditunjukan dengan nilai koefisien variabel religiusitas dalam *memoderate* pengaruh gaya hidup terhadap *halal purchase* (X2M) sebesar -0,15 dengan nilai signifikansi sebesar 0,07 $> 0,05$

Kata kunci: Pendapatan, Gaya Hidup, Halal Purchase, Konsumsi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Hipotesis	5
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Kajian Literatur	12
H. Devinisi Oprasional	18
I. Metode Penelitian	19
J. SistematikaPenulisan	26
BAB II TEORI DAN KERANGKA PIKIR.....	28
A. Teori Perilaku Konsumen	28
1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	28
2. Perilaku Konsumen Muslim.....	31
3. Batasan Konsumsi Dalam Islam.....	36
B. Teori Pendapatan	37
1. Pengertian Pendapatan	37
2. Jenis-jenis Pendapatan	39
3. Sumber-sumber Pendapatan.....	40
4. Indikator Pendapatan	41
C. Gaya Hidup	42
1. Pengertian Gaya Hidup	42
2. Faktor-faktor Gaya Hidup	43

3. IndiKator Gaya Hidup	43
D. Halal.....	44
1. Pengertian Halal	44
E. Purchase Intation	46
1. Pengertian Purchase Intation	46
2. Indikator Purchase Intation	47
F. Religiusitas.....	48
1. Pengertian Religiusitas.....	48
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas.....	49
3. Indikator Religiusitas	50
4. Manfaat Teori Religiusitas	52
G. Masthurah	52
1. Pengertian Masthura	52
2. Dasar Hukum Masthurah	53
3. Tujuan Masthurah.....	54
4. Tata Tertib Masthurah	55
5. Manfaat Masthurah.....	57
H. Kerangka Pikir	57
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	59
A. Profil Kecamatan Tebing Tinggi	59
B. Sejarah Kecamatan Tebing Tinggi.....	60
C. Visi Dan Misi Kecamatan Tebing Tinggi	61
1. Visi	61
2. Misi.....	62
D. Potensi Kecamatan Tebing Tinggi.....	62
E. Struktur Kecamatan Tebing Tinggi.....	64
F. Nama-nama Masthurah	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Hasil Penelitian	68
1. Karakteristik Responden	68
2. Uji Validitas dan Rehabilitas.....	71
3. Uji Asumsi Klasik.....	73
4. Uji Linier Berganda	77
5. Uji Hipotesis	78
6. Analisis Regresi Moderate Dengan SPSS.....	82
B. Pembahasan	88
1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Halal Purchase Masthurah. 88	

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Mathurah .	89
3. Religiusitas Memoderate Pengaruh Pendapatan Terhadap Halal Purcahse	90
4. Religiusitas Memoderate Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Halal Purcahse	91
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	
DAFTAR PUSTAKA	95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	96
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis-jenis Pekerjaan Kecamatan Tebing Tinggi	63
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Desa.....	64
Tabel 3.3 Nama-nama Masthurah.....	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Rehabilitas	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	76
Tabel 4.9 Hasil Regresi Berganda	77
Tabel 4.10 Uji T (Parsial) Coefficien	79
Tabel 4.11 Uji F (Simultan) ANOVA.....	81
Tabel 4.12 Variabel Pendapatan Terhadap Halal Purchase Masthurah.....	83
Tabel 4.13 Religiusitas <i>Memoderate</i> Pengaruh Pendapatan Terhadap Halal Purchase Masthurah.....	82
Tabel 4.14 Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masthurah	85
Tabel 4.15 Religiusitas <i>Memoderate</i> Pengaruh Pendapatan terhadap <i>Halal Purchase</i> <i>Masthurah</i>	86
Tabel 4.16 Religiusitas Memoderate Pengaruh pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masturah secara Simultan.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	57
Gambar 3.1 Strukur Kecamatan Tebing Tinggi	64
Gambar 4.4 Uji Normalitas Data Grafik P-Plot	74

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Pada dasarnya mengkonsumsi suatu barang atau jasa merupakan suatu cara manusia untuk bertahan hidup dimana dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa akan menimbulkan suatu kehendak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Imam Al-Ghazali dalam buku Pegenalan Eksklusif Ekonomi Islam kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang di perlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.¹

Sedangkan keinginan adalah suatu harapan atau hasrat seseorang untuk mewujudkannya sehingga terjadinya kepuasan. Kebutuhan dan keinginan tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia dimana terkadang keinginan jauh lebih diutamakan di banding kebutuhan karena adanya kehendak untuk memenuhi kepuasan yang tidak memiliki batas.²

Namun menurut presfektif ekonomi Islam kebutuhan tidak hanya untuk mempertahankan keberlangsuan hidup saja tetapi juga mempertimbangkan pada konsep *masalahah*. Penambahan konsep masalahah tidak dapat dipisahkan dari kajian konsume muslim.³

¹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, (Jakarta,Kencana Prenada Media Group,2006),hal.69

²Muhammad Sharif Chandhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta,Prenada Media Group,2012),hal.140.

³ Pusat Pengkajian dan Pengembangn Ekonomi Islam(P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta,Rajawali,2014),hal.128.

Perilaku konsumen dalam prespektif konvensional didefinisikan sebagai cara konsumen menggunakan sumber daya untuk mendapatkan barang dan jasa guna memenuhi kepuasan. Sedangkan perilaku konsumen dalam ekonomi Islam dikenal dengan *masalah* yaitu dimana seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari setiap kegiatan konsumsinya. Konsumen mendapatkan manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika dapat terpenuhinya kebutuhan psikis, fisik atau material dan mendapatkan berkah ketika mengkonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam.⁴

Ekonomi Islam mengarahkan perilaku konsumen muslim untuk lebih mengedepankan kebutuhan dibandingkan keinginan dimana apabila seorang muslim berorientasi ke akhirat dalam semua perbuatannya sebagai ekspresi kecintaan dan kepatuhan kepada Allah SWT sehingga dalam mengkonsumsi suatu komoditas tidak hanya manfaatnya saja tetapi juga harus mengandung berkah. Berkah disini dimaksud bahwa tujuan konsumsi tidak hanya untuk memperoleh manfaat tetapi juga mengandung ibadah. Hal ini juga dikarenakan ada tiga prinsip dasar ekonomi yang di gariskan dalam Islam yaitu halal, suci dan bersih dan tidak berlebihan (sederhana). Sehingga inilah yang menjadi pembeda antara perilaku ekonomi konvensional dan perilaku ekonomi Islam.⁵

Perilaku konsumen memiliki beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk membeli suatu komoditas yaitu gaya hidup dimana gaya hidup menjadikan seseorang tertarik untuk mengambil keputusan untuk membeli suatu barang hal ini terjadi karena adanya pandangan dan perasaan terhadap status

⁴ *Ibid*:hal.129

⁵ Muhammad Syarif Chandndry, *Op.Cit*: Hal.137.

sosial, mode dan tren yang menjadikan seseorang termotivasi sehingga memiliki minat dalam membeli suatu barang. Gaya hidup berkaitan dengan perkembangan zaman yang dapat berpengaruh positif atau negatif hal ini yang menjadikan seseorang lebih ingin mewujudkan hasrat keinginannya dibandingkan kebutuhan selaras dengan semakin besar pendapatan seseorang maka semakin banyak keinginan yang ingin di puaskan.⁶

Namun gaya hidup konsumen muslim dilihat dari cara bagaimana mengalokasikan pendapatannya dan mengkonsumsi produk atau jasa berdasarkan ajaran Islam. Bagi umat muslim mengkonsumsi barang halal merupakan suatu kewajiban. Bagi konsumen muslim status kehalalan suatu produk tentu merupakan menjadi isu yang sensitive karena berhubungan dengan spiritual religiusitas seseorang dimana konsumen meyakini bahwa perbuatan melanggar aturan seperti mengkonsumsi produk yang tidak halal akan membawa konsekuensi tidak hanya kehidupan sekarang namun juga di kehidupan akhirat.

Namun apakah setiap orang mengetahui mana pangan yang halal dan mana pula pangan yang haram dengan hanya mencukupkan diri merujuk pada Al-Quran dan Sunnah? Jika pada zaman dulu, jawabannya cukup mudah, dan kehalalan pangan bukan merupakan suatu persoalan rumit, karena jenis dan bahan pangan yang halal mudah dikenali, serta cara memprosesannya pun tidak bermacam-macam. Akan tetapi, kini tentu persoalannya tidak sesederhana itu.

Kemajuan teknologi dan kemampuan rekayasa dibidang pangan, kiranya cukup memberikan alasan untuk mengatakan bahwa mengetahui kehalalan pangan

⁶ Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam(P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Op. Cit*:hal.128

bukanlah persoalan mudah. Produk-produk pangan olahan, dengan menggunakan bahan dan peralatan canggih, kiranya dapat dikategorikan ke dalam kelompok pangan yang tidak mudah diyakini kehalalannya, apalagi jika produk tersebut berasal dari negeri yang penduduknya mayoritas nonmuslim.⁷

Dengan adanya teknologi Informasi semakin canggih dan modern menjadikan masyarakat lebih mudah untuk mendapatkan Informasi mengenai produk halal sehingga meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan halal purchase(membeli produk halal).⁸

Dengan adanya peningkatan kedisaran dalam minat membeli produk halal didalam masyarakat muslim hal ini juga seharusnya terjadi dengan *Masturah*(tertutup dibalik hijab). *Masturah* merupakan penggerak dakwah dikalangan wanita dimana tujuannya adalah membangkitkan jiwa spiritual dalam setiap individu manusia sesuai dengan Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW.⁹

Setelah saya mengamati dan melihat dalam gaya hidup *Masturah* biasanya mengikuti cara nabi Muhammad SAW. yaitu hidup sederhana tidak berlebihan dan tidak konsumtif begitu juga dengan membeli serta mengkonsumsi produk yang halal dan meninggalkan produk yang haram dengan memiliki pendapatan yang berbeda-beda sehingga dapat dijadikan faktor untuk mempertimbangkan minat dalam mengambil keputusan membeli produk halal.

⁷ Gema Ramadhani, "Halal Dan Haram Dalam Islam", Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum Vol.2.No.1.hal.21.

⁸ Nur Hardiati Endah,"Perilaku Pembelian Kosmetik Berlebel Halal Oleh Konsumen Indonesia", Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Vol.22,No.1,2014.hal.12.

⁹ Sakdia,"Masturah Dalam Dakwah Jama'ah Tabligh(Analisis Metode Dan Praktek)",J urnal Managemen dan Administrsi Islam Vol.1.No.1.Januari-Juni 2017.hal.67.

Maka berdasarkan uraian diatas penulis akan meneliti tentang **“Pengaruh Pendapatan dan Gaya hidup terhadap Halal Purchase Masturah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderate”**.

B. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat di nyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.¹⁰

1. Pengaruh pendapatan terhadap halal *purchase*

Penelitian yang dilakukan oleh Reyhan Deftyan Muhammad dan Eko Fajar Cahyono tentang analisis pengaruh faktor harga, pendapatan, kualitas, dan atribut produk islam terhadap *purchase intention* di kedai kopi *by coffe* Surabaya. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (*purchase intetntion*) di kedai kopi *by coffe* Surabaya dimana selaras dengan semakin besar pendapatan maka semakin besar pula minat membeli.¹¹

¹⁰ H.Moh.Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2009), hal.90.

¹¹ Reyhan Deftyan Muhammad dan Eko Fajri Cahyono “*Analisis Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, Kualitas Dan Atribut Produk Islam Terhadap Purchase Intention di kedai kopi By Coffe Surabaya*”, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol.6.No.12.hal.2494.

Kemudian penelitian dari Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar tentang pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan membeli helm KBC. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga pendapatan tidak mendorong keputusan untuk membeli helm KBC.¹²

Dari kedua penelitian yang dilakukan terdahulu bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *halal purchase* dan tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli helm KBC maka, dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H0: Pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masturah*.

H1: Pendapatan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masturah*.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap *Halal Purchase*

Penelitian yang dilakukan oleh Alfitri Zhukrufani dan Muhammad Zakiy tentang *the effect of beauty influencer, life style, brand image and halal labelization towards halal cosmatical purchasing decisions*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *life style* (gaya hidup) dari mahasiswa Universitas

¹² Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar “*Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Membeli Helm KCB*”, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi Vol.3, No.2, Juni 2018, hal.163.

Muhammadiyah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal khususnya pada produk kosmetik halal.¹³

Kemudian penelitian dari Nia Fitri Mardani, Heri Wijayanto dan Edi santoso tentang Pengaruh Presepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Shopie Martin Paris di Ponorogo. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli Tas Shopie Martin Paris di Ponorogo.¹⁴

Dari penelitian yang dilakukan terdahulu bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase* dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli Tas Shopie Martin Paris di Ponorogo. maka dapat ditambah hipotesis sebagai berikut:

H0: Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap *halal purchase Masturah*.

H1: Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masturah*.

3. Pengaruh Religiusitas dalam *memoderate* Pendapatan terhadap *Halal Purchase Masthurah*.

Penelitian yang dilakukan oleh Doni Setiyawan tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup konsumtif dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi

¹³ Alfitri Zhukrufani dan Muhammad Zakiy, "The Effect of Beauty Influencer, Life Style, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.5.No.2.Juli-Desember 2019.hal.178.

¹⁴ Nia Fitri Mardani, Heri Wijayanto dan Edi santoso, "Pengaruh Presepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Shopie Martin Paris di Ponorog", Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis vol.3.No.1.hal.62.

mahasiswa dengan religiusitas sebagai *variabel moderating*. Hasil dari penelitian ini bahwa religiusitas sebagai variabel moderating mampu memoderasi (memperlemah) pendapatan terhadap konsumsi¹⁵

Kemudian penelitian dari Putri Sugesti dan Luqman Hakim tentang peran religiusitas dalam memoderasi *disposable income* dan pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi disposable income terhadap minat menabung. Tinggi rendahnya religiusitas mahasiswa tidak mempengaruhi disposable income untuk menaikkan minat menabung.¹⁶

Dari penelitian yang dilakukan terdahulu bahawa variabel religiusitas mampu memoderasi pendapatan terhadap konsumsi dan tidak mampu memoderasi disposable income terhadap minat menabung di bank syariah sehingga dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H0: Religiusitas tidak mampu memoderasi pendapatan terhadap *halal purchase masturah*.

H1: Religiusitas mampu memoderasi pendaptatan terhadap *halal purchase masturah*

¹⁵ Doni Setiyawan, "pengaruh pendapatan, gaya hidup konsumtif dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel moderating" (Salatiga: IAIN Salatiga 2019). hal.98

¹⁶ Putri sugesti, Luqman Hakim, "Peran Religiusitas Dalam Memoderasi Disposabel Income dan Pngetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah. Vol.5.NO.1.hal.54.

4. Pengaruh Religiusitas dalam *Memoderate* Gaya Hidup terhadap *Halal Purchase Masturah*.

Penelitian yang dilakukan oleh Doni Setiyawan tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup konsumtif dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dengan religiusitas sebagai *variabel moderating*. Hasil dari penelitian ini bahwa religiusitas sebagai variabel moderating mampu memoderasi (memperlemah) pendapatan terhadap konsumsi¹⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Rizqiyah dan Fathiyatur tentang analisis pengaruh media sosial, gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian dengan religiusitas sebagai variabel moderasi (studi kasus agen hijab SALATIGA). Dalam penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian baik tinggi rendah nya religiusitas¹⁸

Dari kedua penelitian terdahulu bahwa variabel religiusitas mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa

H0: Religiusitas tidak mampu memoderasi gaya hidup terhadap *halal purchase Masturah*

H1: Religiusitas mampu memoderasi gaya hidup terhadap *halal purchase Masturah*

¹⁷ Doni Setiyawan, "pengaruh pendapatan, gaya hidup konsumtif dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel moderating" (Salatiga: IAIN Salatiga 2019). hal.98

¹⁸ Fathiyatur Rizqiyah, "Analisis Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi" (Salatiga: IAIN Salatiga 2020). hal.66.

C. Batasan Masalah

Terdapat banyak pembahasan mengenai pendapatan diantaranya pendapatan nasional, pendapatan daerah dan pendapatan lainnya. Begitu juga dengan gaya hidup luasnya pembahasan gaya hidup seperti gaya hidup seseorang yang berbeda beda karena tergantung dengan tren yang di ikuti. Agar penelitian ini terfokus dan terarah maka penulis hanya membatasi pendapatan dan gaya hidup pada *masturah* yang berada di Tebing Tinggi saja.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka penulis memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap *halal purchase Masturah*?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap *halal purchase Masturah*?
3. Apakah religiusitas sebagai variabel moderate mempengaruhi pendapatan terhadap *halal purchase Masturah*?
4. Apakah religiusitas sebagai variabel moderate mempengaruhi gaya hidup terhadap *halal purchase Masturah*?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka penelitian ini memiliki Tujuan sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap *halal purchse Masturah*?

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap *halal purchase Masturah*?
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui religiusitas sebagai variabel moderate mampu atau tidak dalam memoderate pengaruh variabel pendapatan terhadap *halal purchase Masturah*?
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui religiusitas sebagai variabel moderate mampu atau tidak dalam memoderate pengaruh variabel gaya hidup terhadap *halal purchase Masturah*?

F. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya Tujuan tersebut, maka ada beberapa manfaat yang dapat diambil diantaranya :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan keilmuan khususnya mengenai “pengaruh pendapatan, gaya hidup dan religisitas sebagai variabel *moderate* terhadap *halal purchase Masturah*.”

2. Secara praktis

- a. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh pendapatan, gaya hidup dan religiusitas sebagai variabel *moderate* terhadap *halal purchase Masturah*.
- b. Bagi masyarakat, diharapkan dapat di jadikan referensi untuk melakukan *halal purchase* guna meningkatkan jiwa islami dalam keidupan.

- c. Bagi pihak masturah penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk menjadi referensi dalam menganalisis apa pengaruh pendapatan, gaya hidup dan religiusitas sebagai variabel *moderate* terhadap *halal purchase Masturah*.
- d. Bagi perguruan tinggi, untuk memberikan sumbangan pustaka pada perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN) Curup.
- e. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serata mengetahui pengaruh pendapatan, gaya hidup dan religiusitas sebagai variabel *moderate* terhadap *halal purchase Masturah*.

G. Kajian Literatur

1. Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen mempelajari tentang tahapan-tahapan yang dilakukan para konsumen yakni sebelum pembelian, saat pembelian dan sesudah pembelian. Terdapat dua teori yang membahas perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen mikro dan perilaku konsumen psikologi.

Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persingan dan penentuan untuk mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa. Konsumen banyak mengambil pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian sehingga teori ini dipilih dalam penelitian ini karena selaras dengan masalah yang akan di bahas.

2. Penelitian terdahulu

Ada beberapa jurnal yang hampir sama dengan tema penelitian ini yang difungsikan sebagai penelitian terdahulu. Berikut beberapa jurnal yang dijadikan sebagai kajian literatur:

Pertama penelitian Reyhan Deftyan Muhammad dan Eko Fjar Cahyono yang berjudul Analisis Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, kuantitas dan Atribut Produk Islam terhadap Purchase Intention di Kedai Kopi *by Coffe* Surabaya Tahun 2019. Hasil dari penelitian ini yaitu faktor harga memiliki pengaruh signifikan karena banyak pengganti beredar dengan harga yang tidak jauh berbeda, Pendapatan berpengaruh signifikan dan positif dimana semakin besar pendapatan maka semakin banyak pula minat konsumen untuk memutuskan membeli di kedai kopi, Kuantitas juga sangat mempengaruhi signifikan dan positif dalam keputusan membeli di kedai kopi, dan Atribut produk halal mempengaruhi keputusan membeli di kedai kopi karena untuk kesadaran jasmani dan rohani.¹⁹

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu memiliki lima variabel diantaranya empat variabel bebas dan satu variabel terikat dan tidak memiliki variabel tambahan seperti penelitian ini yaitu variabel moderate yaitu sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis mempunyai empat variabel diantaranya dua variabel bebas satu variabel terikat dan satu variabel moderate. Perbedaan lain juga terdapat pada objek yang digunakan pada penelitian dari Reyhan

¹⁹ Reyhan Deftyan Muhammad dan Eko Fajar Cahyono, *Op.Cit.hal.2495*.

Deftyan Muhammad dan Eko Fajar Cahyono adalah para konsumen kedai kopi by coffe Surabaya sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah Masturah.

Kedua peneltian dari Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskdar tentang pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan membeli helm KBC. Hasil penelitian ini gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga semakin baik gaya hidup akan mendorong terjadinya keputusan pembelian. pendapata tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sehingga pendapatan tidak mendorong terjadinya keputusan pembelian. Gaya hidup dan pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga semakin baik gaya hidup dan pendapatan secara simultan akan mendorong terjadinya keputusan pembelian.²⁰

Perbedaan dalam penelitian yaitu hanya terdapat tiga variabel diantaranya dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki empat variabel diantaranya dua variabel bebas satu variabel terian dan satu variabel moderate.

Ketiga ada penelitian dari Alfitri Zhukrufani dan Muhammad Zakiy yang berjudul *The Effect of Beauty Influenser, Life Style, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions* Tahun 2019. Hasil dari penelitian yang dilakuan oleh Alfitri Zhukrufani Dan Muhammad Zakiy adalah bahwa ke empat faktor memiliki pengaruh terhadap pengambilan

²⁰ Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar, *Op. Cit.* hal. 163.

keputusan membeli kosmetik halal yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.²¹

Perbedaan dalam penelitian ini memiliki lima variabel diantaranya empat variabel bebas dan satu variabel terikat dan memiliki objek yang berbeda yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sedangkan penelitian penulis objeknya adalah Masthurah.

Keempat penelitian Nia Fitri Mardani, Heri Wijayanto dan Edi santoso tentang Pengaruh Presepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Shopie Martin Paris di Ponorogo. Hasil penelitian ini persepsi kualitas informasi dan gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian terhadap Tas Sophie Martin Paris di Kota Ponorogo, sedangkan kepercayaan merek memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini sama-sama memiliki empat variabel namun yang membedakan adalah tidak terdapat variabel moderate.²²

Kelima penelitian oleh Doni Setiyawan tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup konsumtif dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dengan religiusitas sebagai *variabel moderating*. Hasil penelitian ini adalah X1 (tingkat pendapatan) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. X2 (gaya hidup konsumtif) berpengaruh positif dan tidak signifikan

²¹ Alfitri Zhukrufani dan Muhammad Zakiy, *Op. Cit. hal. 177*.

²² Nia Fitri Mardani, Heri Wijayanto dan Edi Santoso. *Op. Cit. hal. 62*

terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.X3 (jenis kelamin) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.X1*Z(tingkat pendapatan dimoderasi oleh religiusitas) religiusitas memperlemah pendapatan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. X2*Z (gaya hidup konsumtif dimoderasi oleh religiusitas) religiusitas memperlemah gaya hidup konsumtif terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.X3*Z (jenis kelamin dimoderasi oleh religiusitas) religiusitas memperkuat jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.²³

Perbedaan penelitian ini adalah memiliki lima variabel diantaranya tiga variabel bebas satu variabel terikat dan satu variabel *moderate* serta memiliki perbedaan objek yaitu mahasiswa.

Keenam penelitian Putri Sugesti dan Luqman Hakim yaitu tentang Peran Religiusitas dalam Memoderasi *Disposable Income* dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian *disposable income* memiliki pengaruh terhadap minat menabung, terdapat pengaruh Pengetahuan perbankan Syariah terhadap minat menabung, Religiusitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi *disposable income* terhadap minat menabung, dan Religiusitas dapat memoderasi pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung mahasiswa di bank

²³ Doni Setiyawan. *Op.Cit.hal 101-102.*

syariah. Perbedaan penelitian ini adalah terdapat pada salah satu variabel bebasnya yaitu pengetahuan perbankan syariah serta pada objeknya merupakan mahasiswa.²⁴

Ketujuh penelitian Fathiyatur Rizqiyyah tentang Analisis Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderate(studi kasus konsumen agen hijab Salatiga). Hasil penelitian ini adalah Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Agen Hijab Salatiga. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Agen Hijab Salatiga. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Agen Hijab Salatiga. Religiusitas tidak dapat memoderasi media sosial terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Agen Hijab Salatiga. Religiusitas tidak dapat memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Agen Hijab Salatiga. Religiusitas memoderasi dan memperkuat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Agen Hijab Salatiga. Perbedaan penelitian ini terdapat lima variabel dan objek yang diteliti yaitu masyarakat.²⁵

²⁴ Putri Sugesti dan Luqman Hakim. *Op. Cit. hal. 55.*

²⁵ Fathiyatur Rizqiyyah. *Op. Cit. hal. 66*

H. Definisi Oprasional

1. Pendapatan

Pendapatan merupakan balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Balas jasa maksudnya disini berupa sewa, upah/gaji, bunga ataupun laba. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan ataupun yang diterima oleh penduduk suatu Negara.²⁶

2. Gaya hidup

Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosial. Gaya hidup juga merupakan pola yang membedakan individu atau kelompok terhadap individu dan kelompok lainnya dalam artian membentuk identitas diri.²⁷

3. Religiusitas

Religiusitas atau keagamaan adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul didasari oleh keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.²⁸ Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan dimana aktivitas beragama tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan

²⁶ Ariya Dwiandana Putri dan Nyoman Djinar Setiawaina, "Pengaruh Umur, Pendidikan, Pekerjaan dan Pendapatan Rumah Tangga Miskin di Desa Bebandem", E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol.2, No.4, April 2013. hal.175.

²⁷ Maria Cleopatra, "Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi belajar terhadap Prestasi Belajar Matetamika", Jurnal Formatif Vol.5, No.2.2015. hal.171.

²⁸ Asmaun Sahlan, *Mewujudkan Budaya Religiusitas di Sekolah*, (Malang, UIN Maliki, 2017), hal.66.

perilaku ritual(beribadah) saja, ttapi juga ketika melakukan aktivitas lainnya.²⁹

4. Halal Purchase

Sertifikasi halal merupakan kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang di produksi suatu perusahaan telah memenuhi ketentuan halal. Sedangkan labelisasi halal adalah percantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.³⁰

Minat beli dapat diukur dari beberapa faktor hal ini bisa dilihat dari perilaku konsumen seseorang sehingga bisa mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

I. Metode Penelitian

1. Rancangan penelitian

Desain dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian non eskperimen yaitu dengan menggunakan rancangan penelitian asosiatif kausal. Penelitian asisiatif kausal adalah penelitian yang bersifat sebab akibat yang melihat hubungan antara dua variabel atau lebih sehingga yang di dalam penelitian ini ada variable indevenden dan variabel deveden.³¹

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Kuantitatif karena gejala gejala hasil penelitian ini berwujud data, diukur dan dikonversikan dahulu

²⁹*Ibid*,hal.69

³⁰ Siti Muslimah, “Label Halal dalam Produk Pangan Kemasan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim”, Jurnal Yustisia Vol.1.No.2, Mei-Agustus 2012, hal.66.

³¹Sugiyono,*Metode Penelitian Kuantitatif KualitatifdanR&D*, (Bandung,Alfabet,2017).hal.11.

dalam bentuk angka angka, dikualifikasikan dan dianalisis menggunakan statistik. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel Pendapatan (X1) dan Gaya hidup (X2) terhadap Halal purchase sebagai variabel devenden dan diperkuat dengan Religiusitas sebagai variabel moderate.³²

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³³

Metode sampling yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu metode probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Adapun populasi yang ada dalam penelitian ini adalah jadi anggota Masthurah yang ada di Tebing Tinggi. Jumlah Masthurah yang ada di Tebing Tinggi sebanyak 50 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang sampling yang digunakan adalah teknik pemilihan sampel bertujuan (*purpose sampling*), yaitu pengambilan sample berdasarkan keperluan penelitian. Yang artinya

³² *Ibid*, hal.7

³³ *Ibid*, hal.80

orang yang di ambil dari populasi dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan kreteria tertentu.

Adapun kreteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini :

- 1). Beragama muslim
- 2). *Seorang Masthurah*
- 3). Memiliki tanggungan
- 4). Memiliki pendapatan

3. Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari hasil penelitian dengan menggunakan kusioner, serta tanggapan tertulis responden yaitu *Masthurah* yang ada Tebing Tinggi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang diperoleh dari buku-buku atau literature yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut mudrajad dalam bukunya data sekunder dapat diartikan secara singkat yaitu data yang

telah dikumpulkan oleh pihak lain. Peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder.³⁴

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket/kuesioner

Angket adalah daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Kuesioner ini dilakukan untuk memperoleh data berupa jawaban para responden.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda dan sebagainya.

c. Skala pengukuran

Sekala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.³⁵

Kuesioner yang dipakai disini adalah skala pengukuran dengan tipe ini *skala likert* terdapat 1,2,3,4,5 interval, dari kata “sangat setuju sampai “sangat tidak setuju”.

5. Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS (Statistical Package For the Social Sciences) Sebagai tehnik analisis data yang akan digunakan untuk

³⁴ *Ibid*, hal.225.

³⁵ *Ibid*,hal.92.

menunjang penelitian hingga selesainya penelitian. SPSS adalah program computer yang dapat digunakan untuk mengolah data statistik. Program SPSS ini difungsikan untuk mengetahui apakah variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen maka ditambah ditambahkan beberapa tehnik sebagai berikut:

a. Uji validitas dan Reabilitas menggunakan SPSS

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut.

2) Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuisisioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuisisioner tersebut secara berulang-ulang.

b. Uji Asumsi Klasik menggunakan SPSS

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. *Uji Normalitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

2). Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas. Variabel bebas harus terbebas dari korelasi yang kuat antara variabel bebas. Hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat akan terganggu jika ada korelasi yang kuat di antara variabel bebasnya.

3). Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara variabel dari residual. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi ketidaksamaan atau tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

c. Analisis Regresi Berganda dengan SPSS

Analisis regresi berganda yaitu digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen, variabel dependen. Rumus Persamaan analisis regresi berganda dalam SPSS sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Y= Variabel dependen

a=kostanta

b1=koefisien X1

b2=koefisien X2

X1=variabel independen (pendapatan)

X2=variabel independen(gaya hidup)

c. Uji Hipotesis.

1). Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2) secara individu atau sendiri-sendiri terhadap *halal purchase* (Y). Dasar pengambilan keputusan uji t (parsial) yaitu jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) atau apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H1 diterima dan H0 ditolak begitupun sebaliknya.

2). Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji f (simultan) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2) secara simultan (keseluruhan) terhadap *halal purchase* (Y). Dasar pengambilan keputusan uji f (simultan) yaitu jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) . Adapun jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

d. Analisis Regresi Berganda Moderasi dengan SPSS

Pada dasarnya variabel moderating atau moderate ini digunakan untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Persamaan regresi berganda pada penelitian ini menggunakan rumus MRA (*Moderate Regretion Analisis*) dalam SPSS sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1$$

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 M + b_3 M * X_1$$

$$Y = a + b_1 X_2$$

$$Y = a + b_1 X_2 + b_2 M + b_3 M * X_2$$

Y = variabel dependen

a = konstanta

b₁ = koefisien X₁

b₂ = koefisien X₂

b₃ = koefisien X₁ * M dan X₂ * M

X₁ = variabel independen (pendapatan)

X₂ = variabel independen (gaya hidup)

M = variabel moderate (Religiusitas)

J. Sistematika penulisan

Untuk memudahkan tulisan yang benar dan teratur yang berbagai kedalam bab-bab yang saling berkaitan satu sama lain, maka sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I: Pendahuluan yang berisikan latar belakang Masalah, batasan masalah dan hipotesis, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat Penelitian, kajian pustaka, kerangka berpikir, definisi operasional, Metode Penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Merupakan landasan teori yang terdiri dari teori tentang Pendapatan, gaya hidup, religiusitas *halal purchase* dan perilaku konsumen .

BAB III: Merupakan gambaran Umum dari *Masthurah*,.

BAB IV:Merupakan hasil penelitian dan pembahasan, menggunakan teknik kuantitatif dan menguraikan hasil tentang dari penelitian tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup dan religiusitas sebagai variabel moderate terhadap *halal purchase*

BAB V : Merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang ditunjukkan bagi pihak yang terkait.

BAB II

TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Teori Perilaku Konsumen

Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternative produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka. Kepuasan menjadi hal yang teramat penting dan seakan menjadi hal utama untuk dipenuhi.³⁶

Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian.³⁷

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Pengambilan keputusan didasari dengan berbagai hal baik dari dalam individu maupun dari luar individu konsumen yang mampu memberikan kepuasan yang tertinggi. Keputusan konsumen untuk menentukan pembelian sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli

³⁶ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Maliyah, Juni 2011 Vol.1.No.1.hal.24

³⁷ *Ibid*, hal.25.

a. Faktor kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen. Dimana market harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub kultur dan kelas sosial pembeli. kultur merupakan penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Kultur adalah penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya akan dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan sekitar, sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tertentu akan berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain. Subkultur merupakan lebih kecil di banding kultur yang memiliki etnis yang lebih khas. Sedangkan kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.³⁸

b. Faktor sosial

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen tersebut. Kelompok ini sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, market harus sangat memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Kelompok ini bisa dibedakan menjadi dua yaitu kelompok primer dan kelompok

³⁸ *Ibid, hal.17*

skunder. Kelompok primer terjadi karena interaksi secara intensif, seperti keluarga dan teman. Kelompok ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen. Sedangkan kelompok skunder adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan atau tatap muka atau tidak langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Faktor sosial yang lain adalah peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Contohnya adalah direktur yang memiliki pakaian mahal dan mobil mewah.³⁹

c. Faktor pribadi

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya yaitu motif, IQ, emosi cara berfikir, persepsi dan faktor eksternal dirinya yaitu lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, dan lingkungan alam. Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.⁴⁰

d. Faktor psikologis

Sikap adalah suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung kearah berbagai objek atau ide. Sikap dapat juga berate sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap

³⁹ Ibid, Hal.18.

⁴⁰ Ibid, hal.18.

mempengaruhi keyakinan begitu pula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.⁴¹

2. Perilaku Konsumen Muslim

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi.⁴²

Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu:

- a. Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi;
- b. Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT. merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan;

⁴¹ *Ibid, hal.18.*

⁴² *Ibid, hal.22.*

- c. Kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT. Dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan).

Menurut Manan, selain dengan adanya tiga fondasi dasar diatas, masih terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu:

- 1) Prinsip keadilan prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum. Firman Allah SWT. dalam al-Quran surat al-Baqarah ayat 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ
الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ
اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ
إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya:“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas , maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha pengampun lagi Maha Penyayang.”⁴³

- 2). Prinsip kebersihan maksudnya adalah bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.

⁴³ Al-Qur'an Terjemahan, " *Al Ikhlas* ", (Jakarta Pusat: Samad), hal.24

- 3). Prinsip kesederhanaan prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan. Firman Allah SWT. dalam al-Quran surat al-A'raf ayat 31 :

يٰۤاِبْنَٰدَآءِ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ
وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “ Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan lah berlebih-lebihan, sesungguhnya Allah tidak menyukai yang berlebih-lebihan”.⁴⁴

- 4). Prinsip kemurahan Hati dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhannya, seperti Firman AllahSWT. dalam a-Quran surat Al-Maidah ayat 96 yang artinya:

اٰحِلٌّ لَّكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا
لَّكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ وَحُرْمَ عَلَيَّكُمْ صَيْدُ الْبَرِّ
مَا دُمْتُمْ حُرْمًا وَاتَّقُوا اللّٰهَ الَّذِيْ اِلَيْهِ
تُحْشَرُوْنَ

Artinya:“Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, bagi orang-orang yang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu

⁴⁴ *Ibid, hal.154.*

(menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram, dan bertakwalah kepada Allah yang kepadaNya kamu akan dikumpulkan.”⁴⁵

5). Prinsip moralitas seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT. sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan. Sedangkan prinsip konsumsi menurut Ali Sakti, bahwa ada empat prinsip utama dalam sistem ekonomi islam yang diisyaratkan dalam al-Quran:

- a). Hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan. Ini berarti tindakan ekonomi hanyalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*);
- b). Implementasi zakat, infak, dan shadaqah;
- c). Pelarangan riba Menjadikan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musyarakah sebagai sistem kredit dan instrumen bunganya;
- d). Menjalankan usaha-usaha yang halal dari produk atau komoditi, proses produksi hingga distribusi.

Jika dilihat kandungan masalah dari suatu barang dan jasa yang terdiri dari manfaat dan berkah, maka disini seolah tampak bahwa manfaat dan kepuasan adalah identik. Sebagai contoh adalah dua orang, Zaid dan Hindun yang daam keadaan yang sama (rasa lapar dan kesukaan yang sama) sama-sama mengkonsumsi daging sapi. Zaid tidak mempermasalahkan kehalalan

⁴⁵ *Ibid, hal.124.*

daging sehingga ia mengkonsumsi daging sapi yang tidak halal. Sementara itu Hindun adalah orang yang sangat memperhatikan kehalalan barang yang akan dikonsumsinya maka dari itu dia hanya mengkonsumsi daging sapi yang halal (disembeli dengan cara-cara sesuai syari'at). Asumsikan bahwa sapi yang dikonsumsi oleh kedua orang tersebut memiliki kualitas fisik yang tepat dan sama. Manfaat yang diterima oleh Zaid dan Hindun tetap sama besar namun, masalah yang diterima oleh Zaid lebih besar daripada Hindun. Hal ini mengingatkan bahwa masalah tidak saja berisi manfaat dari barang yang dikonsumsi saja. Namun juga terdiri dari berkah yang terkandung dalam barang tersebut.⁴⁶

Utilitas bukan suatu yang bertentangan dengan masalah bahkan dalam Islam seorang Muslim juga harus rasional. Namun utilitas dalam Islam tidak hanya didasarkan kepada rasionalitas saja tetapi juga dibatasi pada hal-hal yang membawa kemaslahatan. Salah satu surah Al-Qur'an yang mengandung bahwa utilitas tidak bertentangan dengan masalah adalah surah Al Imran ayat 14 yang berbunyi:

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ
وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ
وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ

⁴⁶ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, "Ekonomi Islam", (Jakarta, PT Raja Persada, 2014).hal.132.

ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ
الْمَأْبَآتِ

Artinya: “Dijadikan terasa indah dalam pandangan manusia cinta terhadap apa yang diinginkan, berupa perempuan-perempuan, anak-anak, harta benda yang bertumpuk dalam bentuk emas dan perak, kuda pilihan, hewan ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik”.⁴⁷

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia dalam kehidupan dunia ini akan dihiasi oleh keinginan atau kecendrungan terhadap syahwat atau hawa nafsu yang cenderung mengikuti bisikan setan, dalam ayat ini disebutkan perhiasan atau kesenangan manusia didunia. Seorang muslim akan mencapai tingkat konsumsi yang baik atau mncapai kepuasan maksimal dalam kegiatan konsumsi apabila konsumsi yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama.

3. Batasan Konsumsi Dalam Islam

Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan dalam pandangan Islam peran keimanan menjadi tolak ukur penting, karena keimanan memberikan cara pandang dunia dan mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifa, kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam kepuasan

⁴⁷ Ibid, hal. 51.

maupun spiritual. Inilah yang disebut untuk menyeimbangkan kehidupan duniawi dan akhirat. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Saringan moral bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada di dalam batas-batas kepentingan social dengan mengubah preferensi individual semata menjadi preferensi yang serasi antara individual dan sosial, serta termasuk pula saringan dalam rangka mewujudkan kebaikan dan kemanfaatan.

Dalam konteks itulah, Islam melarang untuk bertindak Israf(boros), pelarangan terhadap kemewah-mewahan dan bermegah-megahan. Pelarangan israf ini karena banyak menimbulkan efek buruk pada diri manusia, diantaranya adalah tidak efisien dan efektif dalam pemanfaatan sumber daya, egoisme, mementingkan diri sendiri (self interest), dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu, sehingga uang yang di belanjakan habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu dalam penghapusan perilaku israf, Islam memerintahkan:

- a. Memprioritas konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat.
- b. Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya breakup pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Ada dua macam komoditi yang haram itu haram karena zatnya seperti babi, bangkai dan

darah dan haram karena sesuatu bukan karena zatnya seperti makanan yang tidak diizinkan pemilikinya.

B. Teori Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja atau usaha. Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu.⁴⁸

Rekso Prayitno mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.⁴⁹

Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan

⁴⁸ Departemen Pendidikan Kamus RI

⁴⁹ Rekso Prayitno, “*Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*”, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), hal.76.

penerimaan lain dari luar aktifitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.

Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.

Dalam al-Qur'an surat An-Nisa" ayat 29 tersirat tentang pendapatan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁵⁰

1. Jenis-jenis Pendapatan

a. Pendapatan Ekonomi.

⁵⁰, " *Al Ikhlas*", (Jakarta Al-Qur'an Terjemahan Pusat: Samad), hal.83.

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

b. Pendapatan Uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

c. Pendapatan Personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

Menurut cara perolehannya, pendapatan dibedakan menjadi dua:

- 1). Pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.
- 2). Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

2. Sumber-sumber Pendapatan

Pemenuhan kebutuhan pokok harus dilakukan lewat upaya-upaya individu itu sendiri. Penekanan kewajiban personal bagi setiap muslim untuk memperoleh penghidupannya sendiri dan keluarganya, tanpa terpenuhi kebutuhan ini, seorang muslim tidak akan dapat mempertahankan kondisi

kesehatan badan dan mentalnya serta efisiensinya yang diperlukan untuk melaksanakan kewajibannya.

Ibnu sina berpendapat bahwa adanya harta milik pribadi pada umumnya berasal dari dua jalan, yaitu:

- a. Harta warisan, yaitu harta yang diterima dari keluarga yang meninggal.
- b. Harta usaha, yaitu harta yang diperoleh dari hasil bekerja.

Lain halnya dengan harta warisan, untuk memperoleh harta seseorang harus bekerja keras untuk memperoleh harta agar dapat terus hidup. Terdapat perbedaan besar antara pekerja intelektual dan pekerja kasar, pekerja terampil dengan pekerja yang tidak terampil. Akibatnya, tingkat keseimbangan pendapatan di antara mereka akan berbeda. Perbedaan pendapatan juga bisa timbul karena perbedaan keuntungan yang bukan berupa uang.

Terdapat tiga sumber pendapatan keluarga, yaitu:

- 1). Gaji dan Upah.

Pendapatan dari gaji dan upah merupakan pendapatan sebagai balas jasa yang diterima seseorang atas kesediaannya menjadi tenaga kerja pada suatu organisasi.

- 2). Asset Produktif.

Pendapatan dari asset produktif adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang atas asset yang memberikan pemasukan sebagai balas jasa atas penggunaannya.

3). Pendapatan Dari Pemerintah.

Pendapatan dari pemerintah merupakan penghasilan yang diperoleh seseorang bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan dalam artian bantuan lain.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh tiap-tiap individu dari bekerja atau berusaha yang dapat berupa uang, barang dan lain-lain penerimaan.

3. Indikator Pendapatan

Menurut Bramastuti beberapa indikator pendapatan antara lain:

- a. Penghasilan yang diterima perbulan
- b. Anggaran biaya sekolah
- c. Beban keluarga yang di tanggung⁵¹

B. Gaya Hidup

1. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Bob Sabran mengatakan: “Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya.

⁵¹ Farly A Dopas, Cansuslasia Korompis, dan Yance Tawas, “ *Pengaruh Kapasitas Produksi Dan Permintaan Terhadap Pendapatan Petani Gula Aren Di Desa Tombatu 2*”, hal.5.

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.”⁵²

Gaya hidup menurut Sunarto menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO *activities* (aktivitas), *interest*(minat) dan *opinion* (opini).

Sedangkan Menurut Sumarwan menjelaskan bahwa: “Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinion*). Dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”.⁵³

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan bagaimana perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya(aktivitas), apa yang mereka anggap penting sehingga memiliki ketertarikan(minat) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri serta dunia luar(opini).

2. Faktor-faktor Gaya Hidup

Menurut Kasali dalam Silvy L Mandey (2009) mengemukakan bahwa faktor-faktor gaya hidup dari para peneliti pasar yang menganut

⁵² Ajeng Sri Hartati, Ratih Nurriyati dan Bambang Widjajanta, “*Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian*”, *Jurnal Of Business Managemant Education*”, Desember 2016, hal. 59.

⁵³ Maria Cleopatra, “*Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika*”, *Jurnal Formatif Vol.5.No.2.hal.171*.

pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel aktivitas, interest (minat), dan opini pandangan-pandangan.

Josep Plumer misalnya mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal :

- a. Bagaimana mereka menghabiskan waktunya.
- b. Minat mereka, apa yang dianggap penting disekitarnya.
- c. Pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain.
- d. Karakter-karakter dasar seperti tahap yang mereka telah lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan dan dimana mereka tinggal.

3. Indikator Gaya Hidup

- a. Activities (kegiatan) adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. Interest (minat) mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
- c. Opinion (opini) adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain.

D. Halal

1. Pengertian Halal

Kata Halal berasal dari bahasa Arab dari akar kata *Halla Yahullu Hallan wa Halalan* yang berarti bertahalul (keluar dari ihram), dibolehkan atau diizinkan. Jika kata tersebut dikaitkan dengan suatu barang maka berarti halal (dimakan atau diminum). Namun jika dikaitkan dengan tempat maka kata tersebut berarti berhenti, singgah, tinggal atau berdiam. Kata halal merupakan bahasa Arab yang sangat masyhur dan telah diserap menjadi bahasa Indonesia.⁵⁴

Pengertian dari Halal dalam bahasa Arab yaitu dibolehkan (legal) sesuai dengan syariat Islam. Halal didoktrin dengan kata *halalan toyyib* (halal dan baik) secara efektif dan operasional dapat diinformasikan kepada semua orang mengenai tercukupya semua sarana dan prasarana yang sudah ada.⁵⁵

Dari penjelasan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Halal adalah segala sesuatu yang dihalalkan oleh Allah dan Rasul-Nya dalam Al-Quran maupun hadis baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip, yang diperintahkan Allah atau RasulNya, tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan Allah dan RasulNya yang apabila dilakukan mendapatkan pahala.

⁵⁴ Murthado Ridwan, “*Nilai Filosofi Halal Dalam Ekonomi Syari’ah*”, Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan, Vol.3.No.1.2019.hal.3.

⁵⁵ Eka Rahayuningsih dan Muhammad Lathoif Ghozali, “*Sertifikasi Produk Halal Dalam Persepektif Maslahah Mursalah*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol.7.No.1.2021.hal.3.

Halal dapat dibagi menjadi dua diantaranya:

a. Halal Berdasarkan Dzat Atau Subtansi Barangnya

Contoh barang adalah makanan yang halal berdasarkan dzatnya yaitu yang berbentuk material atau fisik seperti nasi, sayuran dan sebagainya. Sebagai seorang muslim yang taat sangat memperhatikan makanan yang dikonsumsi. Islam memberikan tuntunan agar setiap muslim hanya makan dan minum yang halal dan thoyyib atau baik untuk tubuhnya artinya makanan yang sehat secara spiritual dan juga higienis.⁵⁶

b. Halal Berdasarkan Cara Mendapatkannya

Halal dalam mendapatkannya maksudnya adalah benar dalam mencari dan memperolehnya. Tidak dengan cara yang haram dan tidak pula dengan cara yang bathil. Halal dalam mendapatkannya inilah yang nanti pada waktu kiamat akan ditanya atau dimintakan pertanggungjawabannya. Makanan yang pada dasarnya dzatnya halal, namun cara memperolehnya dengan cara haram seperti: hasil riba, mencuri, menipu, hasil judi, hasil korupsi dan perbuatan haram lainnya, maka secara otomatis berubah status hukumnya menjadi makanan haram.

E. Purchase Intention

1. Pengertian Purchase Intention

⁵⁶ Muchamad Fauzi, “*Fatwah dan Problematika Penetapan Hukum Halal Di Indonesia*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol.4.No.1.2018.hal.3.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor, minat beli adalah kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.⁵⁷

Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh *value* produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibanding pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.⁵⁸

Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks, dan salah satunya adalah motivasi konsumen untuk membeli.

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi

⁵⁷ Tommy Soebagyo dan Hartono Subagio, "Analisis Pengaruh Store Image Terhadap Purchase Intention Di Toserba Ramai Ngawi", Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1.No.2.hal.3.

⁵⁸ *Ibid*,hal.3

yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu.

2. Indikator Purchase Intention

Minat beli diakibatkan oleh adanya daya tarik produk atau jasa yang ditawarkan merupakan suatu merupakan suatu mental dari konsumen untuk rencana pembelian terhadap merek tertentu. Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecendrungan seseorang untuk membeli produk atau perhubungan dengan perusahaan, artinya konsumen selalu mempunyai niat untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecendrungan orang untuk mereferensikan kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari Informasi mengenai produk yang diminati dan mencari Informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁵⁹

Dapat disimpulkan bahwa halal purchase merupakan minat membeli halal dimana minat membeli halal ini dapat dikaitkan dengan membeli produk atau barang halal. Dalam membeli suatu produk atau

⁵⁹ Santi Sanita, Aini Kusniawati, dan Marlina Nur Lestari, “ *Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention*”, Jurnal Bisnis Management Dan Entrepreneurship Vol.1.No.3.Desember 2019.hal.176.

barang halal tersebut tergantung dengan minat seorang konsumen dimana akhirnya konsumen tersebut membeli produk atau barang yang dianggap halal guna memenuhi kebutuhan.

F. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Istilah religiusitas (*religiosity*) berasal dari bahasa Inggris “*religion*” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “*religios*” yang berarti agamis atau saleh “*Religi*” berarti kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan adanya kekuatan diatas manusia. Religiusitas merupakan bagian dari karakteristik pribadi seseorang yang dengan sendiri akan menggambarkan personalitas sebagai internalisasi nilai-nilai religiusitas secara utuh yang diperoleh dari hasil sosialisasi nilai religius disepanjang kehidupannya.⁶⁰

Pengertian religiusitas adalah satu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan.⁶¹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan Religiusitas adalah suatu keyakinan atau kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap adanya Tuhan dan Tuhan yang memiliki kekuatan diatas segalanya.

⁶⁰ Eka Yanuarti, “Pengaruh Sikap Religiusitas Terhadap Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Masyarakat Kabupaten Rejang Lebong,” Jurnal Kajian Keislaman dan Masyarakat Vol.3.No.1.2018.hal.24.

⁶¹ Anisa Fitriani, “Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being”, Jurnal Al-AdYan Vol.9.no.1.Januari-Juni.2016.hal.12.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Touless menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi religiusitas, yaitu:

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial (faktor sosial) yang mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan, termasuk pendidikan orang tua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan dengan berbagai pendapatan sikap yang disepakati oleh lingkungan.
- b. Berbagai pengalaman yang dialami oleh individu dalam membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai:
 - 1). Keindahan, keselarasan dan kebaikan didunia lain (faktor alami).
 - 2). Adanya konflik moral (faktor moral).
 - 3). Pengalaman emosional keagamaan (faktor afektif)
- c. Faktor-faktor yang seluruhnya atau sebagian yang timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi, terutama kebutuhan terhadap keamanan, cinta kasih, harga diri, dan ancaman kematian.
- d. Faktor intelektual yaitu berbagai hal yang berhubungan dengan proses pemikiran verbal terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan keagamaan.

Dari faktor-faktor diatas dapat kita simpulkan bahwa religiusitas seseorang dapat di pengaruhi dari faktor internal maupun eksternal sehingga akan menjadikan seseorang berreligiusitas tinggi atau tidak.

3. Indikator Religiusitas

Bentuk religiusitas masyarakat dapat terlihat dari dimensi religiusitas masyarakat yang dikemukakan oleh C.Y Glock dan R. Stark terdapat lima Indikator dalam religiusitas yaitu⁶²:

- a. *Religious Belief (The Ideological Dimension)* adalah dimensi keyakinan dalam agama Islam diwujudkan dalam pengakuan (syahadat) yang diwujudkan dengan membaca dua kalimat syahadat, bahwa tidak ada tuhan selain Allah, dan Nabi Muhammad itu utusan Allah.
- b. *Religious Practice (The Ritual Dimension)* yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritus-ritus yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya
- c. *Religious Feeling (The Experiential Dimension)* atau bias disebut dimensi pengalaman. Perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Dalam Islam dimensi ini dapat terwujud dalam perasaan dekat atau akrab dengan Allah, perasaan bertawakal (pasrah diri dalam hal yang positif) kepada Allah. Perasaan khusyuk ketika melaksanakan shalat atau berdoa, perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat Al Qur'an, perasaan

⁶² *Ibid, hal.24*

bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan dari Allah.

- d. *Religious Knowledge (The Intellectual Dimension)* atau dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab sucinya. Seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritusritus, kitab suci dan tradisi dalam agama tersebut.
- e. *Religious Effect (The Consequential Dimension)* yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaranajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah seseorang mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermawankan hartanya, dan sebagainya.

4. Manfaat Teori Religiusitas

Manfaat religiusitas bagi para responden penelitian mengarah pada lima hal yaitu hidup yang terarah, ketenangan hidup, memiliki keyakinan terhadap Tuhan, menghindari perilaku buruk, menambah ilmu dan memahami orang lain.

G. Masturah

1. Pengertian Masturah

Masturah artinya *tertutup di balik hijab*. Di dalam gerakan Jama'ah Tabligh, *masturah* adalah usaha agama (dakwah) di kalangan wanita, yang

di dalam bahasa dakwah lebih dikenal dengan *da'iyah*. Di dalam Jama'ah Tabligh *masturah* adalah usaha agama (dakwah) di kalangan wanita. Dalam bahasa dakwah lebih dikenal dengan *da'iyah*. Secara etimologi kata *da'iyah* berasal dari bahasa Arab, Artinya: “Panggilan, seruan, do'a, ajakan dan undangan”. Sehingga kata *da'iyah* mempunyai arti menyeru, memanggil, mengajak dan melayani.⁶³

Selain itu juga bermakna mengundang, menuntun dan menghasung. Sedangkan menurut terminologi (istilah) *da'iyah* dengan sudut pandang masing-masing. *Da'iyah* (Isim fā'il), yaitu pelaku atau subjek dalam kegiatan dakwah. Kedudukannya adalah sebagai unsur pertama dalam sistem dan proses dakwah. Oleh sebab itu keberadaannya sangat menentukan, baik dalam pencapaian tujuan maupun dalam menciptakan persepsi mad'uww yang benar dalam Islam.

Da'iyah (berasal dari bahasa Arab) juga didefinisikan oleh pemikir dalam berbagai pengertian. Perbedaan pengertian tersebut antara lain disebabkan oleh berbedanya sudut pandang yang digunakan oleh mereka dalam memahami dan memandang substansi dan cakupan kegiatan *da'iyah*. Tujuan pelaksanaan *masturah* adalah menghidupkan amalan agama di dalam rumah, sehingga rumah berfungsi sebagai masjid, sehingga rumah akan dilindungi oleh malaikat akan menjadi rumah taqwa bukan rumah *dhararah* (rumah yang terpecah belah). Usaha dakwah di kalangan kaum wanita memiliki aturan dan tata tertib yang ketat, tertutup,

⁶³ Sakdiah, “*Masturah Dalam Dakwa Jama'ah Tabligh*”, Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam Vol.1.No.1.hal.67

di balik hijab, karena seluruh tubuh wanita adalah aurat, serta programnya dijalankan dengan kehendak mahramnya, berdasarkan petunjuk Rasulullah Saw.⁶⁴

Sehingga dapat disimpulkan Masthurah suatu usaha dakwa yang dilakukan oleh wanita yang bertujuan untuk mengajak wanita muslim mengikuti Allah dan sunah Rasulullah.

2. Dasar Hukum Masturah

Banyak ayat al-Qur'an dan hadist yang menjelaskan pentingnya melibatkan wanita dalam usaha dawah dan turut serta dalam *khuruuj fii sabilillah*, Salah satu ayat yang sering dikemukakan oleh para pemikir Islam dalam kaitannya dengan hak-hak dakwah kaum perempuan, sebagaimana tersirat dalam al-Qur'an surat al-Taubah ayat 71:

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ
يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ
اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ
عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya: “Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang

⁶⁴ *Ibid, hal.71.*

mungkar, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat dan mereka ta'at kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”⁶⁵

3. Tujuan Masturah

- a. Menjaga shalat lima waktu dengan khusyu' dan Khudhu. Maksudnya, wanita hendaknya mendirikan shalat pada awal (tepat) waktu di rumah dan berjamaah.
- b. Menghidupkan *ta'limm wa ta'lum*. Walaupun di rumah tetap menghidupkan *ta'lim* bersama keluarga.
- c. Mengerjakan zikir pagi dan sore, dan membaca al-qur'an. Sebaiknya wanita menghiasi dirinya dengan zikir dan membaca al-Qu'an.
- d. Mendidik anak secara Islami, para ibu hendaknya mendidik anak-anaknya dengan sunnah Rasulullah saw.
- e. Menjaga hijab dan hidup sederhana. Apabila berpergian hendaknya menjaga hijab dan didampingi mahramnya. Dalam kehidupan sehari-hari hendaknya selalu menjaga sederhana, jama'gan berfoya-foya atau boros.
- f. Menganjurkan mahram atau suaminya untuk khuruuj fii sabilillah. Apabila berkunjung ke rumah hendaknya mengarahkan mereka kepada agama dengan penuh kasih sayang, cinta, mahabbah dan hikmah.

4. Tata Tertib Masturah

- a. Jama'ah *Masturah*.

⁶⁵ ” *Al Ikhlas*”, (Jakarta Al-Qur'an Terjemahan Pusat: Samad), hal.198.

- 1). Dengan musyawarah markaz, tidak ada jama'ah *masturah* tanpa musyawarah dari markaz.
 - 2). Dengan mahram haqiqi. Jama'ah haqiqi bagi jama'h *masturah* tiga hari adalah istri, anak wanita, ibu, dan saudara wanita, sedangkan untuk jama'ah lebih dari tiga hari, mahram haqiqi adalah istri.
 - 3). Dengan purdah yang sempurna, pakaian yang dapat menutupi wajah, kaki dan tangan. Purdah itu tidak boleh bermotif tetapi warnanya boleh disesuaikan dengan keadaan. Dan sebaiknya hitam semua.
 - 4). Program *masturah* adalah program sempurna lelaki dan wanita, tetapi dilaksanakan dengan musyawarah kaum lelaki.
 - 5). Dijalankan dengan jalur takwa bukan fatwa.
 - 6). Dimulai dengan bayan hidayah dan ditutup dengan bayan wafsi di rumah yang ditunjuk oleh musyawarah.
 - 7). Tidak ada amir dikalangan perempuan.
 - 8). Mendapat persetujuan rumah yang dituju berdasarkan musyawarah.
- b. Syarat-Syarat Jama'ah Khuruuj *Masturah*.
- 1). Jama'ah *masturah* pernah hadir dalam ijtima' atau ta'lim *masturah*.
 - 2). Jama'ah *masturah* minimal sudah pernah khuruuj *masturah* 3 kali.
 - 6). Khuruuj *Masturah* tidak diperkenankan membawa anak.
 - 7). Wanita yang mengikuti Khuruuj *Masturah* tiga hari, boleh dalam keadaan hamil empat bulan sampai delapan bulan,

c. Pensyaratan Rumah/Tempat yang Didatangi.

- 1). Anak lelaki yang berusia 10 tahun ke atas harus di ajak ke luar rumah.
- 2). Tuan rumah (lelaki) tidak boleh di datangi.
- 3). Rumah tertutup dari luar tidak bisa melihat ke dalam dan dari dalam tidak bisa melihat ke luar.
- 4). Mandi, cuci dan jemuran berada di dalam kawasan rumah atau tertutup.
- 5). Tuan rumah (lelaki) pernah khuruuj minimal tiga hari.
- 6). Perempuan tuan rumah pernah menghadiri ta‘lim/ijtima‘i atau nusrah jama‘ah *masthurah*.
- 7). Rumah dikondisikan seperti suasana masjid
- 8). Tidak ada makhluk bernyawa yang di pajang.
- 9). Tempat wudhu terpisah dari WC dan kamar mandi.
- 10). Ada tempat bayan dan mulaqat.
- 11). Ada tempat masuk untuk rijal dan masthurat.
- 12). Harus ada pengecekan sebelum masthurat masuk, yaitu dua lelaki dari jama‘ah sebelum masuk ke dalam rumah untuk memastikan kelayakan rumah yang ditempati.

5. Manfaat *Masturah*

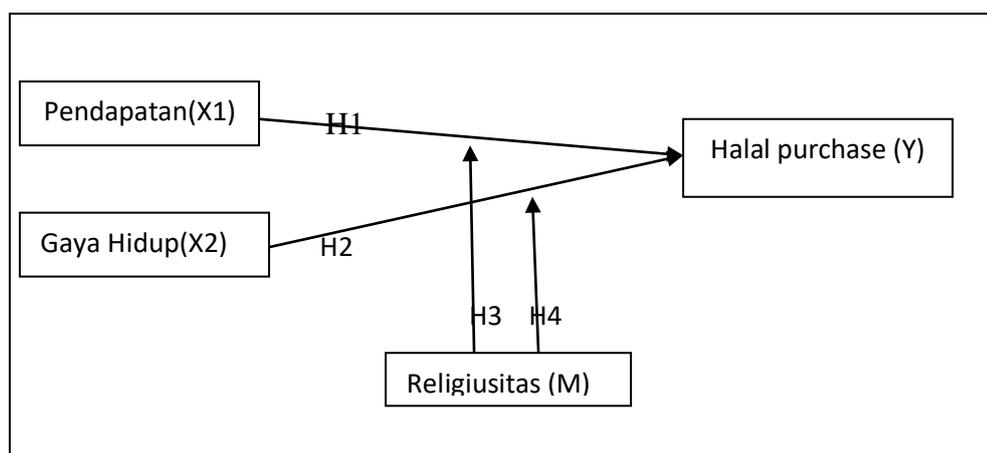
Sebagai media dakwa bagi perempuan dan dapat mempermudah perempuan untuk mendalami agama Islam sehingga

bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dalam bermah tangga sesuai dengan ajaran Allah dan Rasulullah.

H. Kerangka Pikir

Agar penelitian ini sesuai dengan ruang lingkup permasalahan yang diteliti maka dapat disusun model dalam penelitian ini, seperti yang disajikan dalam gambar berikut:

GAMBAR KERANGKA PIKIR 2.1



Model penelitian yang di sajikan di atas menjelaskan bahawa:

1. H1 Pengaruh Pendapatan terhadap *Halal Purchase*.
2. H2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap *Halal Purchase*.
3. H3 Religiusitas memoderate Pendapatan terhadap *Halal Purchase*.
4. H4 Religiusitas memoderate Gaya Hidup terhadap *Halal Purchase*.

BAB III

GAMBARAN UMUM KECAMATAN TEBING TINGGI

A. Profil Kecamatan Tebing Tinggi

Kecamatan Tebing Tinggi merupakan ibu kota Kabupaten yang dijadikan sebagai pusat pemerithan Kabupaten Empat Lawang. Kecamatan Tebing Tinggi memiliki luas wilayah sebesar 397,63 kilometer persegi. Tebing Tinggi merupakan kecamatan dengan luas terbesar di Kabupaten Empat Lawang. Dari 26 desa/kelurahan yang terdapat di Kecamatan Tebing Tinggi, desa/kelurahan yang mempunyai wilayah terluas adalah Desa Pajar Bakti dengan luas wilayah masing-masing mencapai 41 kilometer persegi atau sekitar 10.31 persen dari keseluruhan luas Kecamatan Tebing Tinggi. Sedangkan desa/kelurahan yang memiliki luas wilayah terkecil adalah Kelurahan Kupang dan Kelurahan Pasar Tebing Tinggi dengan luas wilayah masing-masing hanya 3,25 kilometer persegi atau sekitar 0,82 persen dari luas wilayah Kecamatan Tebing Tinggi.

Secara geografis, Kecamatan Tebing Tinggi berbatasan dengan Kecamatan Saling di sebelah utara, Kecamatan Talang Padang di sebelah selatan, Kabupaten Lahat di sebelah timur, dan Propinsi Bengkulu di sebelah barat. Berdasarkan topografi wilayah, hampir seluruh desa di Kecamatan Tebing Tinggi merupakan daerah dataran. Hanya empat desa yang memiliki topografi daerah aliran sungai yaitu Desa Sugi Waras, Batu Raja Baru, Batu Raja Lama, dan Kota Gading. Sementara ketinggian wilayah Kecamatan

Tebing Tinggi berkisar antara 94 sampai dengan 130 meter di atas permukaan laut (dpl). Desa Ujung Alih merupakan desa dengan wilayah paling tinggi di antara desa lainnya, yakni mencapai 130 meter di atas permukaan laut (dpl). Sedangkan desa yang paling rendah dari permukaan laut adalah Desa Sugi Waras dengan ketinggian 94 meter. Desa dengan jarak terjauh dari Kelurahan Pasar Tebing Tinggi yang merupakan ibukota kecamatan, adalah Desa Tanjung Kupang Baru, yaitu mencapai sekitar 19 kilometer melalui darat. Sedangkan desa/Kelurahan terdekat dengan ibukota kecamatan adalah Kelurahan Kupang, yaitu hanya berjarak 0,1 kilometer.

B. Sejarah Singkat Kecamatan Tebing Tinggi

Pada masa penjajahan Hindia Belanda (sekitar 1870-1900), Tebing Tinggi memegang peran penting sebagai wilayah administratif (*onderafdeeling*) dan lalu lintas ekonomi karena letaknya yang strategis. Tebing Tinggi pernah diusulkan menjadi ibukota keresidenan saat Belanda berencana membentuk Keresidenan Sumatera Selatan (Zuid Sumatera) tahun 1870-an yang meliputi Lampung, Jambi dan Palembang. Tebing Tinggi dinilai strategis untuk menghalau ancaman pemberontakan daerah sekitarnya, seperti Pagar Alam, Pasemah dan daerah perbatasan dengan Bengkulu. Rencana itu batal karena Belanda hanya membentuk satu keresidenan, yaitu Sumatera. Pada masa penjajahan Jepang (1942-1945), *Onderafdeeling* Tebing Tinggi berganti nama menjadi wilayah

kewedanaan dan akhirnya pada masa kemerdekaan menjadi bagian dari wilayah sekaligus ibu kota bagi Kabupaten Empat Lawang.

C. Visi dan Misi Kecamatan Tebing Tinggi

1. Visi

Visi dari Kecamatan Tebing Tinggi adalah menjalan visi yang sama dengan Kabupaten yaitu: “Terwujudnya Ekonomi Maju, Aman, Sehat dan Sejahterah(EMASS).” Yang secara detail memiliki arti :

- a. Ekonomi Maju yaitu berarti memajukan perekonomian daerah dengan semua sektor akan berkembang secara komplementer yang didukung dengan pemangunan imfrastruktur, sumber daya manusia yang berkualitas serta pengelolaan sumber daya alam yang optimal dan ramah lingkuan
- b. Aman mengandung arti kondisi dan situasi social yang kondusif serta aman dari tindak kejahatan(ketertiban umum, penganiayaan, pembunuhan, penipuan, kesusilaan, pelanggaran).
- c. Sehat mengandung ari masyaraat dalam kondisi baikn secara fisik maupunspritual, serta terpenuhinya akan pelayanan kesehatan yang layak.
- d. Sejahtera mengandung arti kondisi masyarakat yang mampu memenuhikebutuhan dasarnya (pangan, kesehatan, pendidikan, pekerjaan ,perumahan,air bersih, pertanahan, sumber daya alam, dan lingkungan.

2. Misi

a. Meningkatkan layanan akses infrastruktur

Meningkatkan pembangunan infrastruktur yang merata, berkelanjutan dan ramah lingkungan berdasarkan RT RW.

b. Meningkatkan perekonomian daerah dan masyarakat

1). Meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.

2). Meningkatkan pengembangan investasi daerah.

3). Membuka akses pariwisata.

c. Meningkatkan kesejahteraan social dan budaya.

1). Meningkatkan derajat pendidikan masyarakat

2). Mewujudkan lingkungan social yang agamis, berbudaya, dan beretika.

d. Meningkatkan keamanan daerah.

Menciptakan keamanan, ketentraman dan ketertiban daerah.

D. Potensi Kecamatan Tebing Tinggi

Sebagai pusat pemerintahan yang bisa di bilang daerah perkotaan, peruntukan lahan di Kecamatan Tebing Tinggi didominasi oleh pemukiman (53,32%), disusul pertanian (29,66%). Kondisi ini meberikan gambarn besrnya potensi bagi pengembangan perumahan. Namun daerah ini juga cukup besar di sektor lainnya seperti pertanian, pertambangan, industry, dan perdagangan serta priwisata.

E. Keagamaan

Sebagian besar penduduk kecamatan Tebing Tinggi beragama Islam, yakni sekitar 30.723 orang, sedangkan jumlah penduduk beragama lain, yakni Kristen Protestan 12 orang, dan Katolik 207 orang serta Hindu 49 orang, Terdapat 66 Masjid, 21 Musholah dan 2 gereja.

F. Jenis-jenis Pekerjaan Kecamatan Tebing Tinggi

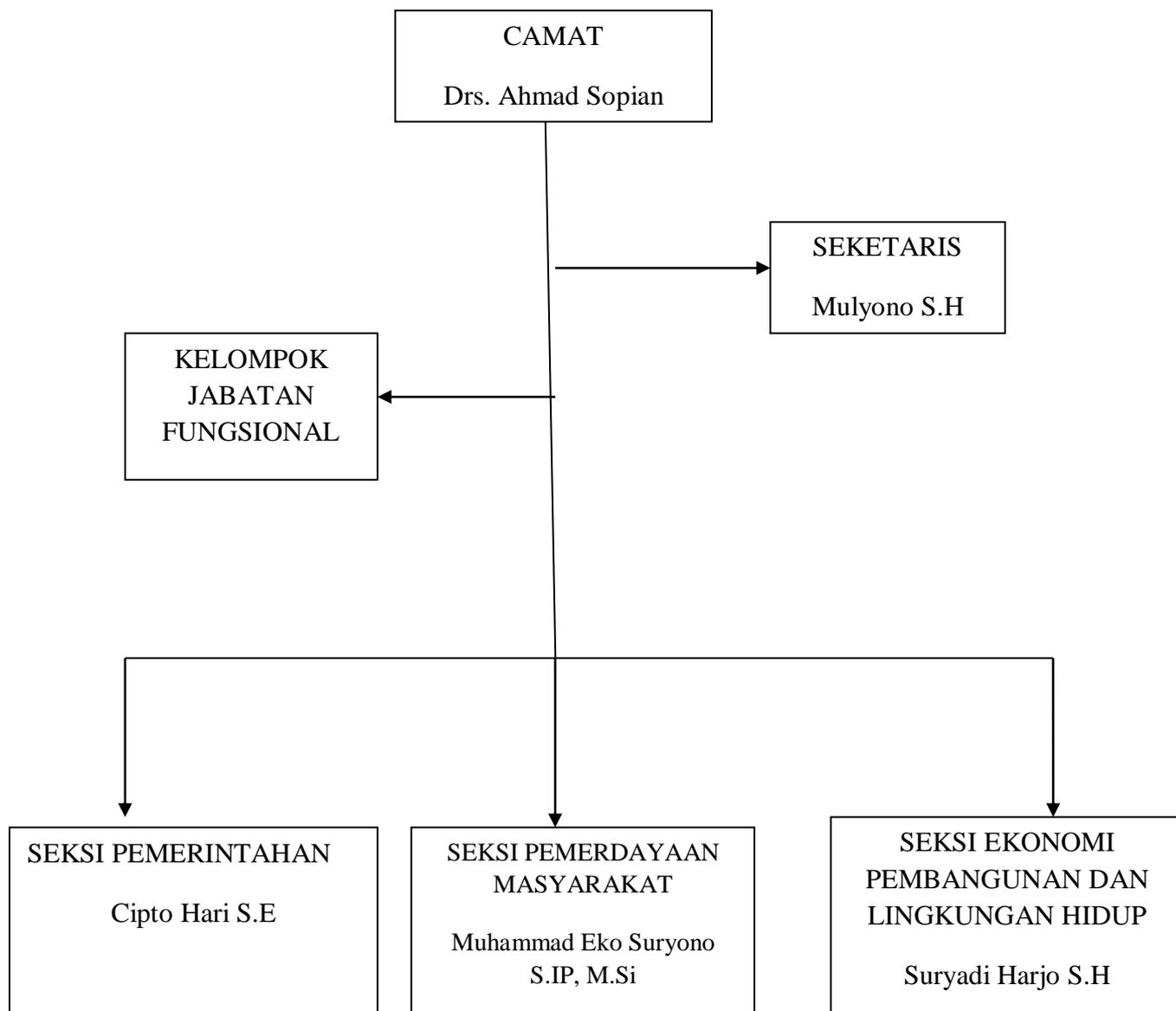
Tabel 3.1 Jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah
Petani	18.355
Pedagang	2601
Pegawai negeri sipil	356
Bangunan	926
Angkutan	576
Penggalian	170
Industri	116

Sumber : Pusat Badan Statistik Empat Lawang

Dilihat dari tabel diatas bahwa sebagian besar penduduk Kecamatan Tebing Tinggi memiliki pekerjaan sebagai petani dan pedagang

G. Struktur Kecamatan Tebing Tinggi



H. Jumlah Penduduk Kecamatan Tebing Tinggi

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Desa

Nama Desa	Laki – laki	Perempuan	Jumlah
Ujung Alih	340	351	691
Lubuk Glangang	122	124	246

Tabel Lanjutan			
Ulak Mengkudu	451	479	930
Batu Pance	297	294	591
Aur Gading	99	99	198
Terusan Lama	137	143	280
Terusan Baru	1049	990	2039
Seguring Kecil	50	53	103
Rantau Tenang	1180	1187	2367
Lampar Baru	136	146	282
Kemang Manis	199	192	391
Kupang	777	710	1487
Mekar Jaya	149	141	290
Mekarti Jaya	123	103	226
Pancumas Unit Jaya	98	86	184
Tanjung Kupang	12.189	11.836	24.025
Pasar Tebing Tinggi	3401	3446	6847
Tanjung Makmur	314	415	629
Pajar Bakti	187	181	368
Sugi Waras	168	180	343
Sugi Waras	168	180	343
Batu Raja Baru	327	313	640
Batu Raja Lama	196	195	391

Tabel Lanjutan			
Kota Gading	165	163	328
Jaya Loka	862	861	1723
Tanjung Kupang Baru	1634	1515	3149
Kelumpang Jaya	174	162	336
Tebing Tinggi	24.819	24.265	49.084

Sumber: Pusat Badan Statistik Empat Lawang

Dari tabel diatas jumlah penduduk di Kecamatan Tebing Tinggi berjumlah sebanyak 49.084 dan penduduk yang paling banyak berada di desa tanjung kupang sebanyak 24.025.

I. Nama-nama Masturah

Dengan adanya kreteria yang dijadikan sebagai patokan dalam pengambilan sampel maka berikut adalah beberapa nama beserta pekerjaan *Masturah* :

Tabel 3.3 Nama-nama Masturah

NO	NAMA	UMUR	PEKERJAAN
1	Ahlih H. Yusuf	45	PNS Guru
2	Ahlih Ust. Abdul Hay	30	Mengajar
3	Ahlih Nurul	26	Mengajar
4	Ahlih Maulana Rizki Agung	26	Berdagang
5	Ahlih Ust Al Amin	30	Mengajar
6	Ahlih Rafi Udin	34	Berdagang

Tabel Lanjutan			
7	Ahliah Ando	28	Berdagang
8	Ahliah H. Sami'un	46	PNS
9	Ahliah Sadili	30	Mengajar
10	Ahliah Abdul Rafiq	27	Berdagang
12	Ahliah Umar Zein	30	Berdagang
12	Ahliah Ilham	33	Mengajar
13	Ahliah Husein	35	PNS
14	Ahliah Pak Imron	40	PNS
15	Ahliah Dodi	33	Mengajar

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Respondem

Dalam penelitian ini memiliki data primer yang di kumpulkan dari 15 responden untuk mengetahui bagaimana *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masthurah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderate*. Profi responden digunakan untuk mengetahui karakteristik responden sebagai sampel dalam penelitian ini, yang mana menggambarkan secara utuh karakteristik responden yang diambil dalam penelitian ini. Karakteristik responden digolongkan pada 3 (tiga) kategori yang berupa umur, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Berdasarkan karakteristik tersebut maka dapat dianalisis sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Umur

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26-35	12	80.0	80.0	80.0
	36-45	2	13.3	13.3	93.3
	46-55	1	6.7	6.7	100.0
Total		15	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel 4.1 di atas menyatakan bahwa profil responden berdasarkan umur menunjukkan bahwa umur responden terbagi menjadi tiga tingkatan usia, yaitu usia 26-35 tahun sebanyak 12 orang atau 80,0 %, usia 36-45 Tahun sebanyak 2 orang atau 13,3%, dan usia 46-55 Tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 6,7% dan bisa disimpulkan bahwa responden berusia 26-35 Tahun merupakan responden yang paling banyak yaitu sebanyak 12 orang dari 15 sampel.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK/MAN	10	66.7	66.7	66.7
	DI,2,3	1	6.7	6.7	73.3
	S1,2,3	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Pada Tabel 4.2 di atas yakni profil responden berdasarkan Pendidikan terakhir menunjukkan bahwa sebanyak 10 orang memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK/MAN atau sebesar 66,7% sedangkan 1 orang lainnya memiliki pendidikan terakhir yaitu Diploma 3 atau sebesar 6,7%, sedangkan 4 orang lainnya memiliki pendidikan terakhir S1 sebesar 26,7 %..

Jadi dapat disimpulkan pada tabel 4.2 di atas bahwa mayoritas

Masthurah Tebing Tinggi yang menjadi sampel memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMU/SMK sebesar 66,7% atau sebanyak 10 orang dari 15 sampel.

c. Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pedagang	4	26.7	26.7	26.7
	Honorer	1	6.7	6.7	33.3
	PNS	5	33.3	33.3	66.7
	Pengajar	5	33.3	33.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel 4.3 di atas menunjukkan dari 15 sampel responden *Masthurah* yang memiliki status pekerjaan, yaitu: berstatus sebagai Pedagang sebanyak 4 orang atau 26,7 %, berstatus honorer sebanyak 1 orang atau 6,7%, berstatus pegawai negeri sipil (PNS) 5 orang atau 33,3%, berstatus pengajar sebanyak 5 orang atau 33,3%, dan dapat disimpulkan pada tabel 4.3, bahwa mayoritas yang menjadi sampel memiliki pekerjaan pengajar dan pegawai negeri sipil (PNS) yaitu masing-masing sebanyak 33,3% atau sebanyak 5 orang dari 15 sampel.

2. Uji Validitas dan Rehabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner tersebut. Dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid namun jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid serta, dengan melihat nilai sig jika nilai sig $< 0,05$ maka dinyatakan valid jika nilai sig $> 0,05$ maka dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil uji validitas Variabel X1,X2,Y dan M

Variabel	Variabel Pertanyaan	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
<i>Pendapatan(X1)</i>	X1.1	0,58	0,514	0,02	Valid
	X1.2	0,62	0,514	0,01	Valid
	X1.3	0,84	0,514	0,00	Valid
<i>Gaya Hidup (X2)</i>	X2.1	0,58	0,514	0,02	Valid
	X2.2	0,79	0,514	0,00	Valid
	X2.3	0,54	0,514	0,03	Valid
<i>Halal Purchase (Y)</i>	Y.1	0,91	0,514	0,00	Valid
	Y.2	0,74	0,514	0,00	Valid
	Y.3	0,69	0,514	0,00	Valid
<i>Religiusitas(M)</i>	M.1	0,77	0,514	0,00	Valid
	M.2	0,77	0,514	0,00	Valid
	M.3	0,77	0,514	0,00	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Dari uji validitas yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuisioner telah memenuhi kriteria

validitas karena masing-masing item memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,514 dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ Serta, nilai sig dari masing-masing item $< 0,05$. Maka dapat peneliti simpulkan bahwa item pada setiap pernyataan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Rehabiitas

Uji rehabilitias bertujuan untuk melihat apakah kuisioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuisioner tersebut secara berulang-ulang. Dasar pengambilan keputusan rehabilitas dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Kuisioner dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hasil uji rehabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Uji Rehabilitas Variabel X1,X2,Y dan M

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	r tabel	Keterangan
<i>Pendapatan(X1)</i>	0,765	0,60	Reliabel
<i>Gaya Hidup(X2)</i>	0,749	0,60	Reliabel
<i>Halal Purchase(Y)</i>	0,762	0,60	Reliabel
<i>Religiusitas(M)</i>	0,764	0,60	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa berdasarkan *uji reliabilitas* yang dilakukan peneliti, menunjukkan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel memiliki nilai *koefisien alpha* $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel dan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, autokorelasi dan multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan uji asumsi klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

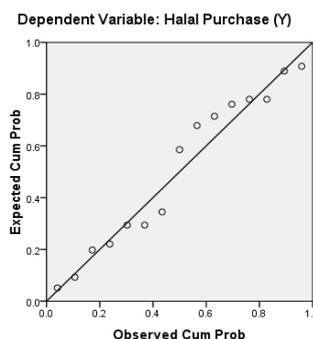
Uji normalitas tujuannya untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara untuk mendeteksi apakah residual terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik *P-Plot* atau grafik histogram dan uji statistik.

Konsep dasar dari uji normalitas yaitu apabila model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya menyebar mengikuti garis diagonal. Namun sebaliknya apabila data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya tidak menyebar mengikuti garis diagonal atau jauh dari garis diagonal maka bisa dikatakan tidak berdistribusi normal. Adapun hasil data normalitas dengan grafik *P-plot* yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

Gambar 4.6

Uji Normalitas Data Grafik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan gambar 4.4 diatas diketahui bahwa dalam grafik normal *P-Plot* titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebarannya tidak terlalu jauh dan melebar dari garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) antar variabel bebas (X). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi (hubungan) diantara variabel bebas (X). Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Infotion Faktor* (VIF) dimana dasar peengambilan keputusannya yaitu tidak akan terjadi gejala multikolinearitas jika nilai *tolerance* >0,100 dan nilai *Variance Infotion Faktor* (VIF) < 10,00. Berikut hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 4.7***Hasil Uji Multikolinearitas***

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31.679	3.490		9.077	.000		
Pendapatan (X1)	.088	.064	.309	1.371	.195	.915	1.093
Gaya Hidup (X2)	.263	.086	.687	3.048	.010	.915	1.093

a. Dependent Variable: Halal Purchase (Y)

b

sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dari pendapatan (X1) yaitu sebesar 0,915 dimana nilai *tolerance* pendapatan (X1) > 0,100 kemudian nilai VIF pendapatan (X1) yaitu sebesar 1,093 dimana nilai VIF pendapatan (X1) < 10,00 dan nilai *tolerance* dari gaya hidup (X2) yaitu sebesar 0,915 dimana nilai *tolerance* gaya hidup > 0,100 kemudian nilai VIF dari gaya hidup (X2) yaitu sebesar 1,093 dimana nilai VIF gaya hidup < 10,00.

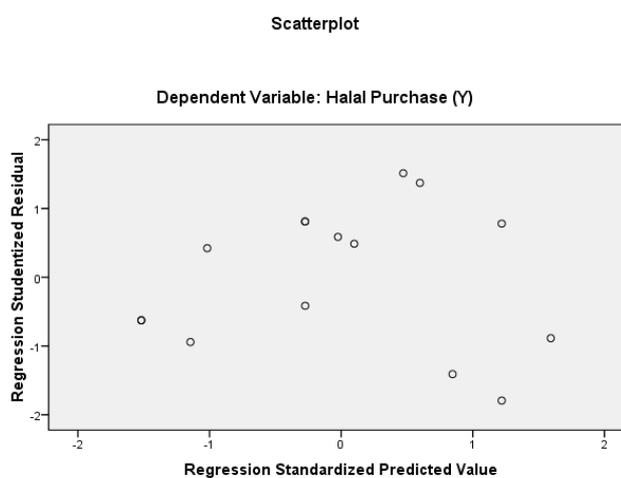
Dapat disimpulkan bahwa dari hasil tabel 4.5 diatas yaitu tidak terjadi gejala *multikolinearitas* dimana nilai *tolerance* dari kedua variabel bebas yaitu pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2) memiliki nilai > 0,100 yaitu sebesar 1,093 dan *Variance Information Factor* (VIF) kedua variabel bebas memiliki nilai < 10,00 yaitu sebesar 0,915.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara variabel dari residual. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi ketidaksamaan atau tidak terjadi heterokestisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil *uji heterokedasitas* sebagai berikut:

Tabel 4.8

Uji Heterokedasitas



sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat kita lihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak memiliki bentuk yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan uji regresi linier berganda dapat diketahui Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap *Halal Purchase Masthurah* dengan Relegiusitas sebagai Variabel Moderate. Berikut hasil dari uji regresi linier berganda dengan persamaan $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$

Tabel 4.9

Hasil Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	31.679	3.490		9.077	.000		
	Pendapatan	.088	.064	.309	1.371	.195	.915	1.093
	Gaya Hidup	.263	.086	.687	3.048	.010	.915	1.093

a. Dependent Variable: Halal Purchase

: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas memperoleh nilai konstanta (nilai a) sebesar 31,697 dan untuk pendapatan(X1) nilai B sebesar 0,088 sementara gaya hidup (X2) nilai b sebesar 0,263 sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y=31,697+0,088X_1+0,263X_2+ \varepsilon$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta *halal purchase* (Y) yaitu sebesar 31,697 yang menyatakan jika variabel X1 dan X2 = 0 maka *halal purchase* adalah sebesar 31,697
- b. Nilai koefisien pendapatan (X1) sebesar 0,088 yang berarti bahwa setiap peningkatan variabel pendapatan (X1) sebesar 1% maka *halal purchase* (Y) meningkat sebesar 0,088 atau 8,8%. Begitu juga sebaliknya apabila setiap penurunan variabel pendapatan (X1) sebesar 1% maka *halal purchase* (Y) menurun sebesar 0,088 atau 8,8%.
- c. Nilai koefisien gaya hidup (X2) sebesar 0,263 yang berarti bahwa setiap peningkatan variabel gaya hidup (X2) sebesar 1% maka *halal purchase* (Y) meningkat sebesar 0,263 atau 26,3%. Begitu juga sebaliknya apabila setiap penurunan variabel gaya hidup (X2) sebesar 1% maka *halal purchase* (Y) menurun sebesar 0,263 atau 26,3%.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2) secara individu atau sendiri-sendiri terhadap *halal purchase* (Y) adapun hasil yang dilihat dari uji t (parsial) dilihat dari tabel *coefficient* yang dilihat pada hasil sig dan t_{hitung} variabel pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2). Dasar pengambilan keputusan uji t (parsial) yaitu apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H1 diterima dan H0 ditolak begitu pun sebaliknya. Adapun jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel independen (X)

berpengaruh signifikan terhadap variabel deveden atau apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H1 diterima dan H0 ditolak begitupun sebaliknya.

Hasil uji t (parsial) dari tabel *coefficient* sebagai berikut:

Tabel 4.10

Uji t (parsial) *Coefficient*

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	31.679	3.490		9.077	.000		
	Pendapatan	.088	.064	.309	1.371	.195	.915	1.093
	Gaya Hidup	.263	.086	.687	3.048	.010	.915	1.093

a. Dependent Variable: Halal Purchase

sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh t_{hitung} dari pendapatan (X1) sebesar 1,371 dengan nilai sig sebesar 0,195 sedangkan t_{hitung} gaya hidup (X2) yaitu sebesar 3,048 dengan nilai sig sebesar 0,01. Untuk mendapatkan t_{tabel} yaitu memiliki rumus $t_{tabel} = (\alpha/2;n-k-1) = (0,05/2;15-2-1) = (0,025;12) = 2,179$. Sehingga dapat disimpulkan:

1). Pendapatan(X1)

H0: Pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masthurah*.

H1: Pendapatan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masthurah*.

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel 4.8 diketahui t_{hitung} variabel pendapatan (X1) sebesar 1,371 t_{tabel} sebesar 2,179 dengan nilai sig sebesar 0,195. Berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dikarenakan $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} (1,371-2,179), dan tidak signifikan karena nilai sig pendapatan(X1) $>$ 0,05 (0,195-0,05). Dengan ini dapat peneliti simpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masthurah*.

2). Gaya Hidup(X2)

H_0 : Gaya Hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masthurah*.

H_1 :Gaya Hidup Berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masthurah*.

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel 4.8 diketahui t_{hitung} variabel gaya hidup (X2) sebesar 3,048 t_{tabel} sebesar 2,179 dengan nilai sig sebesar 0,01. Berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dikarenakan $t_{hitung} >$ t_{tabel} (3,048-2,179), dan signifikan karena nilai sig gaya hidup(X2) $<$ 0,05 (0,01-0,05). Dengan ini dapat peneliti simpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase Masthurah*.

b. Uji f (simultan)

Uji f (simultan) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2) secara simultan (keseluruhan) terhadap *halal purchase* (Y). Adapun hasil yang dilihat dari uji f (simultan) dilihat dari tabel ANOVA yang dilihat pada hasil sig dan f_{hitung} variabel pendapatan (X1) dan gaya hidup (X2). Dasar pengambilan keputusan uji f (simultan) yaitu jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Adapun jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t (parsial) dari tabel ANOVA sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji f (simultan) ANOVA

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.971	2	3.485	4.773	.030 ^a
	Residual	8.763	12	.730		
	Total	15.733	14			

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Pendapatan

b. Dependent Variable: Halal Purchase

sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh f_{hitung} dari pendapatan (X1) dan gaya hidup(X2) yaitu sebesar 4,773 dengan nilai sig sebesar 0,030. Untuk mendapatkan t_{tabel} yaitu memiliki rumus $f_{tabel} = (k:n-k) = (2:15-2) = (2:13) = 3,81$. Maka dapat peneliti simpulkan bahwa

variabel pendapatan(X1) dan variabel gaya hidup(X2) berpengaruh positif dan signifikan. Dikarenakan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (4,773-3,81) dan nilai $sig < 0,05$ (0,030-0,05).

6. Analisis Regresi Berganda moderate dengan SPSS

Pada dasarnya variabel moderating atau moderate ini digunakan untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen pendapatan dan gaya hidup terhadap variabel dependen *halal purchase masthurah*. Persamaan regresi berganda pada penelitian ini menggunakan rumus MRA (*Moderate Regression Analisis*) dalam SPSS sebagai berikut:

- $Y = a + b_1 X_1$
- $Y = a + b_1 X_1 + b_2 M + b_3 M * X_1$
- $Y = a + b_1 X_2$
- $Y = a + b_1 X_2 + b_2 M + b_3 M * X_2$

a. Pengaruh Religiusitas dalam Memoderate Variabel Pendapatan terhadap *Halal Purchase Masturah*.

H0: Religiusitas tidak mampu memoderate pendapatan terhadap *halal purchase masthurah*.

H1: Religiusitas mampu memoderate pendapatan terhadap *halal purchase masthurah*

Untuk mendapatkan hasil moderasi religiusitas dalam memoderate variabel pendapatan terhadap *halal purchase masthurah* yaitu terdapat pada tabel *coefficient* dengan melihat nilai koefisien

dan nilai sig. sebelum dan sesudah adanya variabel *moderate* (religiusitas) sehingga dapat menentukan hipotesis yang di terima maupun yang di tolak. Berikut hasil tabel *coefficient* sebelum dan sesudah adanya variabel *moderate* dengan persamaan:

- $Y=a+b_1X_1$
- $Y=a+b_1X_1+b_2M+b_3M*X_1$

Tabel 4.12
Variabel Pendapatan terhadap *Halal purchase Masturah*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.575	2.450		16.559	.000
	Pendapatan	.031	.079	.109	.394	.700

a. Dependent Variable: Halal Purchase

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dari persamaan regresi pertama yaitu $Y=a+b_1X_1$ memperoleh nilai koefisien pendapatan sebesar 0,031 dengan nilai sig sebesar 0,70.

Tabel 4.13
Religiusitas dalam *Memoderate* Pendapatan terhadap *Halal Purcahse Masturah*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-61.159	91.292		-.670	.517
	Pendapatan	2.903	2.911	10.195	.997	.340

Relegiusitas	2.153	1.921	2.959	1.120	.286
X1M	-.061	.061	-10.940	-.993	.342

a. Dependent Variable: Halal Purchase

sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas pada persamaan regresi kedua $Y=a+b1x1+b2M+b3X1*M$ memperoleh nilai koefisien X1M sebesar -0,061 dengan nilai sig. sebesar 0,342.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa H0 diterima dan H1 di tolak hal dikarenakan dari regresi persamaan pertama sebelum adanya variabel *moderate* memperoleh nilai koefisien sebesar 0,03 namun setelah adanya variabel *moderate* nilai koefisien turun menjadi -0,06 kemudian sebelum adanya variabel *moderate* nilai sig. sebesar 0,70 nilai tersebut > 0,05 yang artinya pendapatan tidak berpengaruh terhadap *halal purchase* dan begitu juga dengan sesudah adanya variabel *moderate* nilai sig. sebesar 0,34 dimana nilai tersebut > 0,05. Sehingga secara otomatis dapat dikatakan bahwa keberadaan variabel religiusitas sebagai variabel *moderate* tidak mampu memoderate pengaruh pendapatan terhadap *halal purchase*.

b. Pengaruh Religiusitas dalam Memoderate Variabel Gaya Hidup terhadap Halal Purcahse Masturah.

H0:Religiusitas tidak mampu *memoderate* gaya hidup terhadap *halal purchase Masthurah*

H1:Religiusitas mampu *memoderate* gaya hidup terhadap *halal purchase Masthurah*

Untuk mendapatkan hasil moderasi religiusitas dalam *memoderate* variabel gaya hidup terhadap *halal purchase masthurah* yaitu terdapat pada tabel *coefficient* dengan melihat nilai koefisien dan nilai sig. sebelum dan sesudah adanya variabel *moderate* (religiusitas) sehingga dapat menentukan hipotesis yang di terima maupun yang di tolak. Berikut hasil tabel *coefficient* sebelum dan sesudah adanya variabel *moderate* dengan persamaan:

➤ $Y=a+b1X2$

➤ $Y=a+b1X2+b2M+b3M*X2$

Tabel 4.14

Gaya Hidup terhadap *Halal Purcahse Masturah*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.340	2.322		15.218	.000
	Gaya Hidup	.229	.085	.596	2.680	.019

a. Dependent Variable: Halal Purchase

sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas pada persamaan regresi pertama $Y=a+b1X2$ memperoleh nilai koefisien gaya hidup sebesar 0,229 dengan nilai sig. sebesar 0,019.

Tabel 4.15

**Religiusitas dalam Memoderate Pendapatan terhadap Halal
Purchase Masturah**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-166.597	98.248		-1.696	.118
	Gaya Hidup	7.250	3.541	.18900	2.047	.065
	Religiusitas	4.319	2.097	.5937	2.060	.064
	X2M	-.150	.076	-.20587	-1.989	.072

a. Dependent Variable: Halal Purchase

sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas pada persamaan regresi kedua $Y=a+b_1X_2+b_2M+b_3X_2*M$ memperoleh nilai koefisien sebesar -0,15 dengan nilai sig. sebesar 0,07.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak hal dikarenakan nilai sebelum adanya variabel moderate nilai koefisien 0,229 namun setelah adanya variabel *moderate* nilai koefisien menjadi -0,15 dengan nilai sig. sebelum adanya variabel *moderate* sebesar 0,019 dan setelah adanya variabel *moderate* menjadi 0,07 nilai ini > 0,05 Sehingga dapat dikatakan bahwa keberadaan variabel religiusitas sebagai variabel *moderate* tidak mampu *memoderate* gaya hidup terhadap *halal purchase*.

c. Pengaruh Religiusitas dalam Memoderasi Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap *Halal Purchase Masturah* Secara Simultan

Tabel 4.16
Religiusitas Dalam Memoderate Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masturah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	157.362	93.901		1.676	.128
	Pendapatan	-1.030	1.960	-3.617	-.525	.612
	Gaya Hidup	-3.385	2.634	-8.826	-1.285	.231
	Relegiusitas	-3.727	2.757	-4.791	-1.352	.209
	X1M	.033	.057	4.096	.586	.573
	X2M	.108	.078	10.032	1.392	.197

a. Dependent Variable: Halal Purchase

Sumber :data primer diolah 2022

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.772	5	1.954	2.950	.075 ^a
	Residual	5.962	9	.662		
	Total	15.733	14			

a. Predictors: (Constant), X2M, X1M, Relegiusitas, Gaya Hidup, Pendapatan

b. Dependent Variable: Halal Purchase

Sumber :data primer diolah 2022

Dari tabel ANOVA diatas dapat dilihat bahwa nilai sig sebesar 0,075 artinya nilai tersebut $< 0,05$ dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak mampu dalam memoderate pendapatan dan gaya hidup terhadap halal purchase Masturah secara simultan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Pendapatan terhadap *Halal Purchase Masturah*

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pendapatan $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,371-2,179) serta nilai signifikan $> 0,05$ (0,195 $> 0,05$) sehingga pendapatan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *halal purchase masturah* yang artinya H1 ditolak. Ini menggambarkan bahwa pendapatan tidak mendorong *Masturah* dalam mengambil keputusan untuk membeli dan mengonsumsi produk dan jasa halal.

Artinya baik pendapat *Masturah* bertambah maupun berkurang masih membeli produk halal namun sesuai dengan kebutuhan dan kegunaan dari produk dan jasa halal yang dikonsumsi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto tentang pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian helm KCB yang menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁶⁶

⁶⁶ Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar “*Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Membeli Helm KCB*”, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi Vol.3,No.2 Juni 2018.hal.163.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Halal *Purchase Masturah*

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai gaya hidup $t_{hitung} > t_{tabel} (3,048 > 2,179)$ serta nilai signifikan $< 0,05 (0,030 < 0,05)$. Maka gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase masturah*. Pemasaran yang mampu mengidentifikasi gaya hidup konsumen akan meningkatkan daya beli konsumen untuk membeli produk sesuai gaya hidup mereka yang dapat dipengaruhi oleh faktor demografis meliputi usia, tingkat penghasilan, pendidikan, jenis kelamin, maupun harga yang mampu menarik konsumen untuk memilih produk sesuai gaya hidup yang mereka miliki sehingga H1 diterima.

Ini menggambarkan bahwa semakin mengikuti sunnah nabi baik berpakaian maupun dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa maka mendorong *Masturah* mengambil keputusan untuk membeli atau mengonsumsi produk atau jasa yang halal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfitri Zhukrufani dan Muhammad Zakiy tentang *the effect of beauty influencer, life style, brand image and halal labelization towards halal cosmological purchasing decisions*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *life style* (gaya hidup) dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal khususnya pada produk kosmetik halal.⁶⁷

⁶⁷ Alfitri Zhukrufani dan Muhammad Zakiy, "The Effect of Beauty Influencer, Life Style, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmological Purchasing Decisions", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.5.No.2.Juli-Desember 2019.hal.178.

3. Religiusitas *memoderate* pengaruh Pendapatan terhadap *Halal Purchase Masturah*

Hasil analisis dari pengujian MRA penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel religiusitas dalam *memoderate* pengaruh pendapatan terhadap *halal purchase* (X1M) sebesar -0,06 dengan nilai signifikansi sebesar $0,34 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas tidak mampu *memoderate* pengaruh pendapatan terhadap *halal purchase* H1 ditolak.

Religiusitas merupakan dasar seorang *Masthurah* dalam mengikuti sunnah dimana religiusitas merupakan kepercayaan seseorang terhadap Tuhan sehingga semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap Tuhan maka semakin religius. Hal ini menjadi tolak ukur *Masthurah* dalam mempertimbangkan untuk memutuskan membeli suatu produk. Tinggi rendahnya religiusitas *Masthurah* tidak dapat mempengaruhi pendapatan terhadap *halal purchase* karena walaupun religiusitas *Masthurah* menurun tetap memiliki kesadaran terhadap membeli produk *halal*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Putri sugesti dan Luqman Hakim yang memperoleh hasil bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi disposable income terhadap minat menabung di bank syariah.⁶⁸

⁶⁸ Putri sugesti, Luqman Hakim, "Peran Religiusitas Dalam Memoderasi Disposabel Income dan Pngetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah. Vol.5.NO.1. April 2021.hal.54.

4. **Religiusitas Memoderate Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masturah.**

Hasil analisis dari pengujian MRA penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel religiusitas dalam *memoderate* pengaruh gaya hidup terhadap *halal purchase* (X2M) sebesar -0,15 dengan nilai signifikansi sebesar $0,07 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas tidak mampu *memoderate* pengaruh gaya hidup terhadap *halal purchase* H1 ditolak.

Diartikan bahwa meningkat atau menurunnya religiusitas seorang Masturah maka tidak mempengaruhi gaya hidup terhadap *halal purchase* walaupun religiusitas Masturah menurun namun tetap mengikuti gaya hidup Nabi dalam mengkonsumsi dan memakai produk halal sehingga masih memiliki minat dalam membeli produk halal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Fathiyur Rizqiyyah(2020) yang memperoleh hasil bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian.⁶⁹

⁶⁹ Fathiyatur Rizqiyyah, “Analisis Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi”(salatiga: IAIN Salatiga 2020).hal.66

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap *halal purchase* *masturah* dengan religiusitas sebagai variabel moderat serta didukung oleh teori-teori pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pertama pendapatan (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap *halal purchase* hal ini dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,371-2,179) serta nilai signifikan $> 0,05$ (0,195 $> 0,05$). Artinya baik pendapat *Masturah* bertambah maupun berkurang masih membeli produk halal namun sesuai dengan kebutuhan dan kegunaan dari produk dan jasa halal yang dikonsumsi.
2. Variabel kedua gaya hidup (X2) terdapat pengaruh secara parsial terhadap *halal purchase* hal ini dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,048-2,179) serta nilai signifikan $< 0,05$ (0,030-0,05). Artinya semakin mengikuti sunnah nabi baik berpakaian maupun dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa maka mendorong *Masturah* mengambil keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa yang halal.
3. Religiusitas tidak mampu *memoderate* pengaruh pendapatan terhadap *halal purchase* hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian yang menunjukkan dimana nilai koefisien variabel religiusitas dalam *memoderate* pengaruh pendapatan terhadap *halal purchase* (X1M) sebesar -0,06 dengan nilai signifikansi sebesar

0,34 > 0,05. Artinya tinggi rendahnya religiusitas Masturah tidak dapat mempengaruhi pendapatan terhadap *halal purchase* karena walaupun religiusitas *Masturah* menurun tetap memiliki kesadaran terhadap membeli produk halal.

4. Religiusitas tidak mampu *memoderate* pengaruh gaya hidup terhadap *halal purchase* hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien variabel religiusitas dalam *memoderate* pengaruh gaya hidup terhadap *halal purchase* (X2M) sebesar - 0,15 dengan nilai signifikansi sebesar 0,07 > 0,05. Diartikan bahwa meningkat atau menurunnya religiusitas seorang Masturah maka tidak mempengaruhi gaya hidup terhadap *halal purchase* walaupun religiusitas Masturah menurun namun tetap mengikuti gaya hidup Nabi dalam mengonsumsi dan memakai produk halal sehingga masih memiliki minat dalam membeli produk halal.
5. Religiusitas tidak mampu *memoderate* pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap *halal purchase Masturah* secara simultan hal ini ditunjukkan pada tabel ANOVA bahwa total nilai sig sebesar 0,075 yaitu < 0,05. Dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya *religiusitas* seorang *Masturah* tidak mampu berpengaruh dalam menurunkan kesadaran untuk berniat membeli produk halal.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan serta berdasarkan hasil kesimpulan sebelumnya maka peneliti mencoba untuk mengajukan beberapa saran yang nanti dapat digunakan sebagai pedoman dan masukan Masthurah dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi *Masthurah* hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari pendapatn dan gaya hidup terhadap *halal purchase* sehingga bisa menjadi acuan untuk lebih memilih kebutuhan dibandingkan keinginan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dari pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap *halal purchase masthurah* dengan *religiusitas* sebagai variabel *moderate* yang sudah dibuat oleh peneliti bisa juga dilihat adakah faktor lain mempengaruhi *halal purchase* dengan variabel yang berbeda dan dapat menggunakan variabel lain sebagai variabel *moderate* sehingga dapat di kembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemahan, " *Al Ikhlas* ", (Jakarta Pusat: Samad),
- Chandhry Muhammad Sharif, 2012, *Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta:Prenada Media Group.
- Cleopatra Maria, 2015, " *Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi belajar terhadap Prestasi Belajar Matetamika* ", Jurnal Formatif Vol.5,No.2.
- Desmayonda Ananda dan Arlin Ferlina Mochamad Tenggara, 2019, " *Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Relegiusitas sebagai Variabel Intervening di Mujigae Resto Bandung* ", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.12.No.1. Maret .
- Dopas Farly, Cansuslasia Korompis, dan Yance Tawas, " *Pengaruh Kapasitas Produksi Dan Permintaan Terhadap Pendapatan Petani Gula Aren Di Desa Tombatu 2* ",
- Dwi Dhimas Laksono dan Donant Alananto Iskandar,2018, " *Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Membeli Helm KCB* ", Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi Vol.3,No.2.Juni.
- Dwiandana Putri Ariya dan Nyoman Djinar Setiawaina,2013, " *Pengaruh Umur, Pendidikan, Pekerjaan dan Pendapatan Rumah Tangga Miskin di Desa Bebandem* ", E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol.2,No.4, April.
- Endah Nur Hardiati, 2014, " *Perilaku Pembelian Kosmetik Berbel Halal Oleh Konsumen Indonesia* ", Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Vol.22,No.1.
- Facri Ahmad, 2017, *Pengaruh Pendapatan, Admosfir Restoran, Dan Label Halal Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Di Kecamatan Cinere Dalam Memilih Restoran*, Jakarta:UIN Syarif Hidaytullah,
- Fauzi Muchamad, 2018, " *Fatwah dan Problematika Penetapan Hukum Halal Di Indonesia* ", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.Vol.4.No.1.
- Fitri Nia Mardani, Heri Wijayanto dan Edi santoso, 2020, " *Pengaruh Presepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Shopie Martin Paris di Ponorog* ",Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis vol.3.No.1. Juni.
- Fitriani Anisa, 2016, " *Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being* ",Jurnal Al-AdYan Vol.9.no.1.Januari-Juni

- Muhammad Reyhan Deftyuan dan Eko Fajri Cahyono “*Analisis Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, Kualitas Dan Atribut Produk Islam Terhadap Purchase Intention di kedai kopi By Coffe Surabaya*”, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol.6.No.12
- Muslimah Siti, 2012 “*Label Halal dalam Produk Pangan Kemasan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim*”, Jurnal Yustisia Vol.1.No.2, Mei-Agustus.
- Nasution Mustafa Edwin, 2006, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta:.,Kencana Prenada Media Group.
- Prayitno Rekso, 2004, “*Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*”, Jakarta: Bina Grafika.
- Priandana Mohammad Sidik dan Saludin Muis,2009 *Metodeloi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Pusat Badan Statistik Empat Lawang
- Pusat Pengkajian dan Pengembangn Ekonomi Islam(P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2014,*Ekonomi Islam*, Jakarta:Rajawali.
- Rahayuningsih Eka dan Muhammad Lathoif Ghozali, 2021, “ *Sertifikasi Produk Halal Dalam Persepektif Maslhahah Mursalh*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol.7.No.1.
- Ramadhani Gema, “*Halal Dan Haram Dalam Islam*”, Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum Vol.2.No.1.
- Ridwan Murthado, 2019, “*Nilai Filosofi Halal Dalam Ekonomi Syari’ah*”, Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan, Vol.3.No.1.
- Rizqiyah Fathiyarhur, Skripsi, 2020“*Analisis Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*”(salatiga: IAIN Salatiga).
- Sahlan Asmaun, 2017, *Mewujudkan Budaya Religiusitas di Sekolah*, Malang:UIN Maliki.
- Sakdia, 2017”*Masthurah Dalam Dakwah Jama’ah Tabligh(Analisis Metode Dan Praktek)*”,Jurnal Managemen dan Administrsi Islam Vol.1.No.1.Januari-Juni.
- Sanita Santi, Aini Kusniawati, dan Marlina Nur Lestari, 2019, “ *Pengaruh Product Knowlegedge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention*”, Jurnal Bisnis Management Dan Enterpreneurship Vol.1.No.3.Desember.
- Setiyawan Doni ,skripsi: 2019,”*pengaruh pendapatan,gaya hidup konsumtif dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel moderating*”, Salatiga:IAIN Salatiga.

- Soebagyo Tommy dan Hartono Subagio, "*Analisis Pengaruh Store Image Terhadap Purchase Intention Di Toserba Ramai Ngawi*", Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1.No.2.
- Sri Hartati Ajeng, Ratih Nurriyati dan Bambang Widjajanta, 2016, "*Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian*", Jurnal Of Business Managemant Education", Desember.
- Sugesti Putri, Luqman Hakim, 2021,"*Peran Religiusitas Dalam Memoderasi Disposabel Income dan Pngetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*".Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah.Vol.5.No.1.April.
- Sugiyono,2017,"*MetodePenelitianKuantitatifKualitatifdanR&D*",Bandung,Alfabet,
- Sunarto,2018, "*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Xiomi Redmi 3s*", Jurnal Moneter Vol.5.No.1.April
- Wigati Sri, 2011, "*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*", Jurnal Maliyah, Juni Vol.1.No.1.
- Yanuarti Eka, 2018, "*Pengaruh Sikap Religiusitas Terhadap Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Masyarakat Kabupaten Rejang Lebong,*" Jurnal Kajian Keislaman dan Masyarakat Vol.3.No.1.
- Zhukrufani Alfikri dan Muhammad Zakiy, 2019, "*The Effect of Beauty Influencer, Life Style,Brand Image and Halal Labelzation Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.5.No.2.Juli-Desember

**L
A
M
P
I
R
A
N**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
 PRODI EKONOMI SYARIAH

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : /In.34/FS.02/ES/PP.00.9/04/2021

Pada hari ini Rabu Tanggal 20 Bulan April Tahun 2021 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : Linie Wulandari
 Prodi / Fakultas : Ekonomi Islam / Syariah & Ekonomi Islam
 Judul : Pengaruh Pendekatan Gaya hidup dan Religiusitas sebagai variabel Moderat terhadap halat Purchase samaah Tablig & Masthura > Tebing Tinggi

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Meliya Kurnia Sari
 Calon Pembimbing I : Dr. M. Istiq M. Pd. MM
 Calon Pembimbing II : M. Abdul Ghoni M. Ak

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing, serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Dalam kerangka berpikir tidak ada moderasinya dan banyak salah penulisan < type >, tidak konsisten dalam penulisan
2. Penulisan dan latar belakangnya tidak ada dan Batasan masalah tidak perlu disantumkan lagi
3. Referensi sudah benar tapi bukan penelitian yang sama tapi yang mirip dan harus ada referensinya
4. Ada beberapa kesalahan fatal salah satunya kesalahan penulisan bukan type dan kesalahan dalam satu halaman
5. Tidak jelas kerangka pemikiran
6. Jangan copas cari masalah baru mengenai judul dan teori baru pedoman yang terbaru

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 04 bulan Mei tahun 2021, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 20 April 2021

Moderator

Meliya Kurnia Sari

Calon Pembimbing I

Dr. M. Istiq M. Pd. MM
 NIP. 19750219.200604.1.008

Calon Pembimbing II

M. Abdul Ghoni M. Ak
 NIP. 19930101.201801.1.004



IAIN CURUP

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor **ES/In.34/SA/100/907/2021**

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- | | | |
|-----------|---|---|
| Menimbang | 1 | Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud. |
| | 2 | Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut |
| Mengingat | 1 | Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. |
| | 2 | Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi |
| | 3 | Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen. |
| | 4 | Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan. |
| | 5 | Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi. |
| | 6 | Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup |
| | 7 | Keputusan Menteri Agama RI Nomor. B.II/3/15-447, tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2018-2022. |
| | 8 | Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor 0050/In.34/2/KP/07.6/01/2019 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup |

MEMUTUSKAN

Menetapkan
Pertama

Menunjuk saudara

- | | | |
|---|------------------------------------|-------------------------|
| 1 | Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM | NIP. 197502192006041008 |
| 2 | Muhammad Abdul Ghoni, SE., M.Ak | NIP. 199301012018011004 |

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa

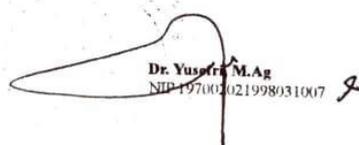
NAMA	:	Rinne Wulandari
NIM	:	17681036
PRODI/FAKULTAS	:	Ekonomi Syariah (ES)/Syariah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI	:	Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masturah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderate

Kedua
Ketiga
Keempat
Kelima
Keenam

Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku.
Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan.
Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan
Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan

Ditetapkan di Curup
Pada tanggal : 04 Juli 2021

Dekan,



Dr. Yusoff M. Ag
NIP. 197001021998031007

Tembusan

1. ke Biro AU AK IAIN Curup
2. Pembimbing I dan II
3. Bendahara IAIN Curup
4. Kabag. M. Ak. IAIN Curup
5. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
6. Arsip Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan yang bersangkutan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor : 022/In.34/FS/PP.00.9/09/2021
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : **Rekomendasi Izin Penelitian**

Curup, 23 September 2021

Kepada Yth,
Pimpinan Masthurah Tebing Tinggi
Di-
Tebing Tinggi

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

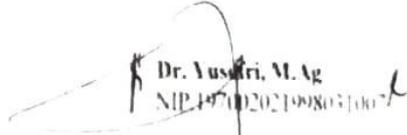
Nama : Rinnie Wulandari
Nomor Induk Mahasiswa : 17681036
Progran Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Halal Purchase Masthurah dengan Religiusitas sebagai variabel Moderate
Waktu Penelitian : 23 September 2021 Sampai Dengan 23 Nopember 2021
Tempat Penelitian : Tebing Tinggi kabupaten Empat Lawang

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,


Dr. Yusufri, M. Ag
NIP. 197002021998031007



**PEMERINTAH KABUPATEN EMPAT LAWANG
KECAMATAN TEBING TINGGI**

Jln. Tebing Benteng Kee, Tebing Tinggi, Kababupaten Empat Lawang

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKSANKAN PENELITIAN

yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SOPIAN, S.IP
NIP : 196910232000031004
Jabatan : Camat Tebing Tinggi

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rinnie Wulandari
NIM : 17681036

Telah selesesai melaksanakan kegiatan penelitian di Kecamatan Tebing Tinggi, dengan judul penelitian : **Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Halal Purchase Masthurah Tebing Tinggi dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderate.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Tebing Tinggi, Rabu 29 September 2021

Camat Tebing Tinggi


SOPIAN, S.IP
NIP:196910202000031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: <http://www.iaincurup.ac.id>, email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

**BIODATA ALUMNI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
TAHUN AKADEMIK 2022**

Nama Mahasiswa : RINNIE WULANDARI
Nomor Induk Mahasiswa : 17681036
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Tempat / Tanggal Lahir : TEBING TINGGI / 19/07/1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Tempat Tinggal : Dusun Curup
Nomor Telepon / HP / WA : 085609600386
Email : rinniewulandari@gmail.com
Tahun Masuk IAIN : 2017
Tahun Tamat IAIN : 2022
Pembimbing Akademik : Ahmad Danu Syaputra, S.E.I., M.Si
Pembimbing Skripsi I : Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM
Pembimbing Skripsi II : Muhammad Abdul Ghoni, SE., M.Ak
Penguji Skripsi I : Hendrianto, MA
Penguji Skripsi II : Fitmawati, ME
Judul Skripsi : PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP HALAL PURCHASE MASTHURAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATE
IPK Terakhir : 3.55
Biaya Kuliah : Rp. 800.000
Jalur Masuk : SPAN-PTKIN
Asal SMA/SMK/MA : SMA NEGERI 1 TEBING TINGGI
Jurusan SMA/SMK/MA : IPS
NEM :
Pesan / Saran untuk Prodi : Harus selalu menjadi yang terbaik untuk mahasiswa prodi EKONOMI SYARIAH

ORANG TUA
Nama Ibu Kandung : Yanti Marlina
Nama Bapak Kandung : Rudi Yanto
Alamat Orang Tua : Desa Talang Jawa kecamatan Tebing Tinggi KAB. Empat Lawang
Pendidikan Ayah : SD/MI/Sederajat
Pendidikan Ibu : SLTP/MTs/Sederajat
Pekerjaan Ayah : Lainnya
Pekerjaan Ibu : Lainnya

LAIN LAIN
Pekerjaan Lain : Pegawai Loudry
Tinggi / Berat Badan : 150



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website: <http://www.iaincurup.ac.id>, email: fakultas_seri@iaincurup.ac.id

Status Perkawinan : Tidak Kawin
Nama Suami / Istri : -

ASAL PERGURUAN TINGGI (Untuk Mahasiswa Pindahan)

Nama Perguruan Tinggi Asal :
Kabupaten / Kota PT Asal :



Curup, 03/08/2022 12:17:34
Mahasiswa Ybs,

RINNIE WULANDARI
NIM. 17681036

KUISIONER

PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP HALLAL PURCHASE MASTHURAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATE

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pernyataan berikut ini dengan memberi tanda *ceklist* (\surd) pada setiap jawaban.
2. Pilihan tersebut hendaknya objektif sesuai dengan hati nurani anda.
3. Kuisisioner ini dapat digunakan secara optimal jika seluruh pernyataan terjawab, oleh karena itu mohon diteliti kembali apakah semua pernyataan sudah terjawab.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Umur
 - a. 15-25 tahun
 - b. 26-35 tahun
 - c. 36-45 tahun
 - d. 46-55 tahun
 - e. 56-65 tahun
 - f. Lebih dari 65 tahun
5. Pendidikan Terakhir
 - a. Tidak sekolah
 - b. SD/MI sederajat
 - c. SMP/MTS sederajat
 - d. SMU/SMK/MAN sederajat
 - e. Diploma I,II,III
 - f. Sarana (S1,S2,S3)
6. Pekerjaan
 - a. Petani
 - b. Pedagang
 - c. Honorer
 - d. PNS
 - e. Pengajar

B. PERNYATAAN

Beri tanda *ceklist* (√) pada setiap jawaban yang anda pilih

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

1. Pendapatan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memiliki pekerjaan tetap					
2.	Saya memiliki usaha sendiri online atau offline					
3.	Pendapatan saya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari					
4.	Pendapatan saya sesuai dengan UMR					
5.	Pendapatan saya sesuai dengan pekerjaan yang di lakukan					
6.	Pendapatan saya cukup untuk memenuhi anggaran biaya sekolah					
7.	Selain penghasilan dari pekerjaan saya juga memiliki pendapatan dari usaha sampingan lain					
8.	Saya menerima pendapatan rutin setiap bulan					
9.	Pendapatan sampingan saya lebih besar dari pendapatan pekerjaan tetap					
10.	Saya memiliki pendapatan lebih untuk bisa ditabung					

2. Gaya Hidup (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli pakaian yang sedang <i>trend</i> agar terlihat menarik					
2.	Saya mencicipi makanan atau minuman yang ada di tempat makan karena mengikuti teman-teman sudah mencobanya					
3.	Saya sering membeli barang-barang yang disukai walaupun sebenarnya kurang berguna					
4.	Saya selalu membeli baju baru setiap bulan walaupun baju yang dimiliki masih bisa di pakai					
5.	Rasa percaya diri saya meningkat ketika menggunakan produk atau mengkonsumsi makanan dan minuman mahal					
6.	Saya sering tergoda untuk membeli barang karena bentuknya unik					
7.	Saya tidak terpengaruh dengan teman yang membeli pakaian baru					
8.	Saya tidak terpengaruh oleh teman yang membeli mobil baru					
9.	Saya tidak terpengaruh jika orang memiliki rumah baru					
10.	Saya selalu membeli barang yang murah dan terjangkau					

3. *Halal Purchase* (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli produk yang bersertifikat halal walaupun harganya mahal					
2.	Saya tertarik membeli makanan atau minuman yang ada di pusat perbelanjaan karena tersertifikat halal					
3.	Saya membeli produk kosmetik yang memiliki sertifikat halal karena baik untuk kulit					
4.	Saya sering membeli produk makanan atau minuman pada saat diskon walapun tidak memiliki srtifikat halal					
5.	Saya selalu mencari informasi kehalalan sebuah produk sebelum membeli					
6.	Saya sering membeli produk murah walaupun tidak memiliki sertifikas halal					
7.	Saya tidak pernah membeli produk yang tidak memiliki sertifikasi halal					
8.	Mengkonsumsi produk yang bersertifikat halal berdampak positif bagi saya dan keluarga					
9.	Mengkonsumsi produk yang bersertifikat halal merupakan hal yang paling penting bagi saya dan keluarga					
10.	Mengkonsumsi produk halal					

	merupakan kewajiban bagi saya					
--	-------------------------------	--	--	--	--	--

4. Religiusitas (variabel moderate)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Sebagai seorang muslim saya tidak pernah lalai dalam melakukan ibadah					
2.	Saya melakukan ibadah sebagai kewajiban sebagai seorang muslim bukan karena paksaan					
3.	Saya memakai pakaian tertutup sesuai dengan syariat Islam dan sebagai seorang muslim					
4.	Sebagai seorang muslim saya tidak pernah membeli suatu produk dengan cara kredit					
5.	Sebagai seorang muslim saya tidak perlu mengetahui cara mengkonsumsi suatu barang berdasarkan prinsip Islam					
6.	Sebagai seorang muslim saya selalu memperhatikan manfaat disetiap produk yang saya beli					
7.	Saya mengikuti perintah Islam untuk mengkonsumsi produk yang bersertifikat halal					
8.	Sebagai seorang muslim saya tidak merasa bersalah jika tidak mengkonsumsi produk yang bersertifikat halal					
9.	Sebagai seorang muslim saya tidak harus mengkonsumsi produk yang bersrtifikat halal					
10.	Sebagai seorang muslim saya harus memiliki keyakinan untuk membeli kosmetik yang bersertifikat halal					



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Rinnic Wulandari
 NIM : 17681036
 FAKULTAS : Syariah dan Ekonomi Islam
 PEMBIMBING I : Dr. Muhammad Istian, S.E., M.Pd., MM
 PEMBIMBING II : Khoirul Ummam Khudhori, M.E.
 JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Penderitaan dan Gaya Hidup terhadap Prilaku Peleceh Masyarakat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi

- Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;
- Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;
- Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Rinnic Wulandari
 NIM : 17681036
 FAKULTAS : Syariah dan Ekonomi Islam
 PEMBIMBING I : Dr. Muhammad Istian, S.E., M.Pd., MM
 PEMBIMBING II : Muhammad Abadi Ghoni, S.E., M.A.
 JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Penderitaan dan Gaya Hidup terhadap Prilaku Peleceh Masyarakat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I, 
 Dr. Muhammad Istian, S.E., M.Pd., MM
 NIP. 19750219 2006 041008

Pembimbing II, 
 Muhammad Abadi Ghoni, S.E., M.A.
 NIP. 19930101 2018 011001
 atas nama Sekretaris prodi

 Kurniawati, M. d



Mengisi kuisisioner pernyataan dengan Ahliha Ando (berdagang)



Mengisi Kuisisioner dengan Ahliha Maulana Rizki Agung (bidan)



Mengisi kuisisioner Ahliha Pak Imron (Guru SMA)



Mengisi kuisisioner dengan Ahliha Nurul Anwar (Mengajar Ngaji)

PROFIL PENULIS



Penulis bernama Rinnie Wulandari lahir di Tebing Tinggi pada tanggal 19 Juli 1999. Dari mulai lahir hingga sekarang penulis tinggal di desa Talang Jawa yang berada di kabupaten Empat Lawang provinsi Sumatera Selatan. Penulis merupakan anak pertama dari Bapak Rudi Yanto Ibu Yanti Marlina, penulis juga memiliki dua orang saudara laki-laki yang pertama bernama Dimas Gilang Chandra Pratama dan yang kedua bernama Erlangga Mada Saputra.

Mengenai riwayat berorganisasi, penulis tergolong sosok yang lumayan aktif dalam berorganisasi, penulis pernah menjadi anggota dari Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah 2018-2021. Selain itu, penulis juga pernah ikut menjadi anggota pada komunitas GenBI yaitu Generasi Baru Bank Indonesia dari tahun 2019-2021.

Pendidikan penulis, pada tahun 2011 penulis lulus Sekolah Dasar (SD Negeri 1 Tebing Tinggi) Kabupaten Empat Lawang. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 1 Tebing Tinggi dan lulus pada tahun 2014, setelah itu penulis melanjutkan pendidikannya SMA Negeri 1 Tebing Tinggi dan menyelesaikan pendidikan tingkat SMA pada tahun 2017. Kemudian ditahun yang sama penulis juga melanjutkan pendidikannya dengan duduk dibangku kuliah pada salah satu perguruan tinggi Negeri yang berada di daerah Curup (Rejang Lebong), Bengkulu, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, dengan mengambil program studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Selain itu, penulis juga menempuh pendidikan di Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

