

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN PERSEPSI
KEGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SIKAP
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**



Disusun Oleh:

Muradi Maiza

20180410384

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN PERSEPSI
KEGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SIKAP
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

***THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE, RELIGIOSITY, AND PECEIVED
USEFULNESS ON PURCHASE DECISION WITH ATTITUDE AS
INTERVENING VARIABLE***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Muradi Maiza

20180410384

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muradi Maiza
Nim : 20180410384
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Karya Tulis : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap sebagai Variabel Intervening

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis menjadi acuan dalam naskah ini dan telah disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Juni 2022



Muradi Maiza

MOTTO

“Janganlah lari dari tanggung jawab dengan mencari-cari alasan (pembenaran) karena ia merupakan bagian dari kemusyrikan yang tersembunyi”
(Rasulullah SAW)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al-Baqoroh: 286)

“Jika kamu tidak tahan dengan penatnya belajar maka kamu harus tahan dengan perihnya kebodohan”
(Imam Syafii)

“Jangan cemas, alam mengontrol semuanya, berkonsentrasi pada apa yang harus kamu lakukan, perbaiki matamu padanya, ingatkan dirimu bahwa tugasmu adalah menjadi manusia yang baik, ingatkan dirimu apa tuntutan alam dari orang-orang, kemudian lakukanlah, tanpa ragu-ragu, dan ucapkan kebenaran seperti yang kamu lihat, tapi dengan kebaikan, dengan kerendahan hati, tanpa kemunafikan”
(Marcus Aurelius)

“If you’re afraid to fail, then you’re probably going to fail”
(Kobe Bryant)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas segala limpahan nikmat dan kemudahan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua Tercinta saya, Bapak Edwar Taufik dan Ibu Isna Nofizar yang selalu mendoakan dan mendidik saya dari saat saya dilahirkan hingga bisa meraih pencapaian ini
2. Abang laki-laki saya, Khairul Fajri yang telah memberi banyak contoh untuk meraih kesuksesan dalam hidup dan juga telah membantu orang tua saya untuk membiayai perkuliahan saya selama ini
3. Kakak perempuan saya, Maisurah Fadya yang selalu memotivasi saya selama menuntut ilmu di dunia perkuliahan dan telah menjadi peran yang besar dalam pengerjaan skripsi selama ini
4. Adik laki-laki saya, Ibnu Mardha yang sangat saya sayangi dan banggakan karena beliau telah menjadi adik terbaik untuk saudara-saudara kandungnya
5. Teman teman seperjuangan dalam perkuliahan yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, yang mana senantiasa telah membantu dan memberi dukungan kepada saya
6. Seluruh pihak yang membantu dan memberi dukungan kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat serta hidayahNya kepada kita semua sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening” dapat selesai dengan tepat waktu. Tidak lupa shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan bagi mahasiswa Manajemen.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan waktu, masukan dan bimbingan dengan sangat baik selama proses penyelesaian skripsi ini sehingga mahasiswa dapat menyelesaikan skripsi dengan perasaan senang.

4. Kedua orang tua saya yang telah memberikan segala bentuk dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, informasi dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang InsyaAllah akan bermanfaat sepanjang waktu.
6. Seluruh pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini saya menyadari masih banyak keterbatasan dan kekeliruan sehingga saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun pada naskah ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Juni 2022



Muradi Maiza

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.2 Definisi Konseptual.....	14
2.2.1 Pengetahuan	14
2.2.2 Religiusitas.....	15
2.2.3 Persepsi Kegunaan	16
2.2.4 Sikap	17
2.2.5 Keputusan Pembelian	18
2.3 Hubungan Antar Variabel	19
2.3.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Sikap	19
2.3.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Sikap.....	23

2.3.4 Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.5 Pengaruh Religiusitas Terhadap Persepsi Kegunaan.....	27
2.3.6 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Konsumen	29
2.3.7 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.8 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap	32
2.3.9 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian melalui Sikap	35
2.3.10 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Pembelian melalui Sikap	37
2.3.11 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian melalui Persepsi kegunaan sebagai mediasi.....	40
2.4 Penelitian Terdahulu.....	42
2.5 Model Penelitian.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Pendekatan Penelitian.....	57
3.2 Responden Penelitian	57
3.3 Setting Penelitian.....	58
3.4 Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian.....	58
3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6 Identifikasi Variabel	60
3.7 Definisi Operasional Variabel	60
3.8 Pengujian Kualitas Instrumen	62
3.9 Analisis Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	71
4.2 Hasil Pengumpulan Data	72
4.3 Deskripsi Responden	73
4.4 Uji Kualitas Instrumen	75
4.4.1 Hasil Uji Validitas	76
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
4.5 Analisis Deskriptif.....	81
4.6 Proses Analisis Data	83
4.7 Pengujian Hipotesis	93

4.7.1 Hubungan antara <i>Knowledge</i> terhadap <i>Attitude</i>	94
4.7.2 Hubungan antara <i>Religiosity</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	94
4.7.3 Hubungan antara <i>Religiosity</i> terhadap <i>Attitude</i>	95
4.7.4 Hubungan antara <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	96
4.7.5 Hubungan antara <i>Religiosity</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	96
4.7.6 Hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i>	97
4.7.7 Hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ..	98
4.7.8 Hubungan antara <i>Knowledge</i> dan <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Attitude</i>	99
4.7.9 Hubungan antara <i>Religiosity</i> dan <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Attitude</i>	101
4.7.10 Hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Attitude</i>	101
4.7.11 Hubungan antara <i>Religiosity</i> dan <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Perceived</i> <i>Usefulness</i>	102
4.8 Pembahasan Hasil.....	103
4.8.1 Hasil hubungan antara <i>Knowledge</i> Terhadap <i>Attitude</i>	103
4.8.2 Hasil hubungan antara <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	104
4.8.3 Hasil hubungan antara <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Attitude</i>	105
4.8.4 Hasil hubungan antara <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	105
4.8.5 Hasil hubungan antara <i>Religiosity</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	106
4.8.6 Hasil hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i>	107
4.8.7 Hasil hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Purchase</i> <i>Decision</i>	107
4.8.8 Hasil hubungan antara <i>Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Attitude</i>	108
4.8.9 Hasil hubungan antara <i>Religiosity</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Attitude</i>	109
4.8.10 Hasil hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Purchase</i> <i>Decision</i> melalui <i>Attitude</i>	110
4.8.11 Hasil hubungan antara <i>Religiosity</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Perceived Usefulness</i>	111
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN...	113
5.1 Simpulan.....	113
5.2 Keterbatasan Penelitian	117
5.3 Saran	117

DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2. 7 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2. 8 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2. 9 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2. 10 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2. 11 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 2. 12 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Indikator Pengukuran Variabel	61
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data.....	73
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden	73
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 5 Interpretasi Nilai Kelas-Kelas Interval	81
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel.....	82
Tabel 4. 7 Assessment of Normality	86
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Outliers	89
Tabel 4. 9 Notes For Model	90

Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Goodness of Fit.....	90
Tabel 4. 11 Hubungan Antar Variabel	93
Tabel 4. 12 Standardized Direct Effects	99
Tabel 4. 13 Standardized Indirect Effects	99
Tabel 4. 14 Standardized Direct Effects	100
Tabel 4. 15 Standardized Indirect Effects	100
Tabel 4. 16 Standardized Direct Effects	102
Tabel 4. 17 Standardized Indirect Effects	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI.....	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	56
Gambar 4. 1 Diagram Alur.....	84
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural setelah <i>Modification Indices</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisoner Penelitian	124
Lampiran 2 : Karakteristik Responden	131
Lampiran 3 : Uji Validitas.....	133
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas.....	135
Lampiran 5 : Uji Normalitas	137
Lampiran 6 : Identifikasi Model Struktural	138
Lampiran 7 : Uji Mahalanobis Outlier	138
Lampiran 8 : Uji Goodnes Of Fit	141
Lampiran 9 : Uji Hipotesis.....	142