

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
MEMBELI BAKSO SYAR'I KHAS MALANG
LANDASAN ULIN BANJARBARU**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi Islam**

Oleh:

Nurul Khairiah

1301150171

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2017 M/1438 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khairiah
NIM : 1301150171
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 04 Juli 2017

Yang membuat pernyataan,

A green 6000 Rupiah stamp with a signature over it. The stamp features the text 'SERTIFIKAT TAMPIL' at the top, a Garuda emblem, and the number '6000' in large digits. The signature is written in black ink over the stamp.

Nurul Khairiah

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Bakso Syar'i Khas Malang Landasan Ulin Banjarnegara

Ditulis oleh : Nurul Khairiah

N I M : 1301150171

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Jurusan : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2016/2017

Tempat dan tanggal lahir : Kampung Baru, 24 September 1995

Alamat : Jl. Rahayu Rt. 06 DS. Bersujud Kec. Simpang Empat Kab. Tanah Bumbu

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 04 Juli 2017

Pembimbing I,

Dra. Hj. Nurwahidah, M.H.I
NIP. 196504151992032004

Pembimbing II,

Lutgi Sahul, S.H.L., MSI
NIP. 198109212008011008

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
UIN Antasari Banjarmasin



H. Haris Fadhil Asnawi, Lc. M. SI
NIP. 1979041020055011010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: "Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Bakso Syar'i Khas Malang Landasan Ulin Banjarbaru" ditulis oleh Nurul Khairiah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 17 Juli 2017


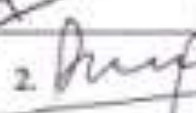


Diryatakan LULUS dengan predikat: A (81,6)

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Dr. Dr. H. Ahmadi Hasan, M.H.
NIP. 195804061987031001

TIM PENGUJI:

Nama	Tanda Tangan
Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI	1. 
Dr. Muhaimin, S.Ag, MA	2. 
Dra. Hj. Nurwahidah, MHI	3. 
Lutpi Sahal, SHL, MSI	4. 

ABSTRAK

Nurul Khairiah. 2017. *Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Bakso Syar'i Khas Malang Landasan Ulin Banjarbau.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Nurwahidah, M.H.I (II)Lutpi Sahal, S.HI., MSI

Kata Kunci: Perilaku konsumen, bakso syar'i

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya usaha kuliner yang menjamur di Kalimantan Selatan, salah satunya adalah bakso. Berbagai macam jenis bakso tersedia dengan khasnya masing-masing. Di Kalimantan Selatan terdapat bakso berlabel syar'i yang menyediakan tempat khusus bagi kaum hawa yang menggunakan cadar, juga dapat melayani 3 bahasa internasional yaitu bahasa Indonesia, Arab dan Inggris, dan gratis bagi para hafidz Al-Quran, tetapi belum memiliki label halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor sosial dan faktor pribadi memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara simultan dan parsial.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei yang bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang makan di bakso syar'i khas Malang, sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang makan di bakso syar'i khas Malang. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner (angket) yang diambil dengan teknik penarikan sampel secara *random sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji data adalah analisis regresi linier berganda dengan uji simultan (uji f) dan parsial (uji t).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasemua variabel yang terdiri dari faktor sosial (X_1) dan faktor pribadi (X_2) telah mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 64,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

MOTTO

**Sometimes what do you WANT isn't always what you GET,
but in the end what you get is so much BETTER
than what YOU WANT**

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ku persembahkan skripsi ini sebagai tanda cinta dan sayangku kepada kedua orang tua atas segala perhatian, dukungan, semangat, kesabaran dalam setiap hari-hariku yang tak pernah terhenti mendoakanku selama ini, tanpa ridho dan doa darimu tentu saja aku tak bisa sampai pada titik ini.

Kawan-kawan seperjuangan Ekonomi Syariah 2013 terutama keluarga besar ESYC13, Karin, Fitriah, Astuti, Dwi, Yuli, Eka, Icha, Fathya, Mega yang tak henti-hentinya memberi dukungan dan semangat. Dan untuk semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Terima kasih semuanya, karena telah menjadi bagian terindah dan telah memberi warna dalam hidupku. Semoga warna itu semakin lama semakin kuat dan jelas, tidak akan pudar oleh cahaya lain.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ža	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	muta'qqidin
عدة	Ditulis	'iddah

3. Ta'marbutah

a) Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	Karāmah al auliyā'
---------------	---------	--------------------

b) Apabila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fatha, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fitri</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

◌ِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
◌َ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
◌ُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	-	Ditulis	<i>ā - jāhiliyah</i>
---	-------------------------	---	---------	----------------------

2	Fathah + ya'mati يسعى	-	Ditulis	ā - yas'ā
3	Kasrah + ya'mati كريم	-	Ditulis	i - karim
4	Dammah + wawu mati فروض	-	Ditulis	ū - furūd

6. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya'mati بينكم	-	Ditulis	ai - Bainakum
2	Fathah + wawu mati قول	-	Ditulis	au - Qaulun

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أأعدت	Ditulis	u'iddat
لألئن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

8. Kata sandang alif + lam

- a) Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf "al".

القران	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	al-Qiyās

- b) Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf "al"nya.

السماء	Ditulis	as-Samā
الشمس	Ditulis	asy-Syams

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	Žawi al-furūd atau Žawil furūd
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah atau ahlussunnah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَالِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah tuhan semesta alam. Keselamatan dan kesejahteraan atas semulia-mulia Nabi dan Rasul junjungan kita Nabi besar Muhammad saw. serta keluarga dan sahabat beliau.

Berkat taufik, hidayah dan inayah Allah swt. akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Bakso Syar’i Khas Malang Landasan Ulin Banjarnbaru**

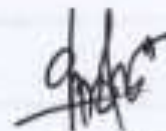
Penulis menyadari dengan sepenuhnya dalam menyusun skripsi ini banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, dukungan, motivasi, dan sebagainya. Maka penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, M.H selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah berkenan menyetujui dan menerima judul skripsi ini.

2. Bapak H. Haris Faulidi Asnawi, Lc, MSI. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan arahan dalam penulisan skripsi yang sesuai dengan kepentingan pengembangan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Dra. Hj. Nurwahidah, M.H.I dan Bapak Lutpi Sahal, S.HI., MSI Selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan penyemangat dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
4. Para dosen, asisten dosen, karyawan dan karyawan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah banyak memberikan ilmu dan layanan yang baik selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
5. Kepada perpustakaan Universitas dan perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin beserta seluruh karyawan dan karyawan yang telah memberikan jasa pelayanan yang baik dalam peminjaman buku-buku yang penulis perlukan.
6. Kepada seluruh karyawan bakso syar'i khas Malang yang sudah bersedia menerima penulis melaksanakan penelitian, serta semua informan yang telah membantu penulis dalam memberikan data yang penulis perlukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh responden yang telah bersedia memberikan keterangan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah swt melimpahkan rahmat, karunia-Nya,dan ganjaran yang berlipat ganda dari kebaikan mereka semua.

Banjarmasin, Syawal 1438 H
Juli 2017



Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Signifikansi Penelitian.....	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Hipotesis Penelitian	10
H. Kajian Pustaka	11
I. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II KETENTUAN-KETENTUAN TENTANG PERILAKU KONSUMEN	
A. Perilaku Konsumen	15
B. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	19
C. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	26
D. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam	32

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
	B. Lokasi Penelitian	36
	C. Populasi dan Sampel.....	37
	D. Data dan Sumber Data.....	38
	E. Teknik Pengumpulan Data	39
	F. Desain Pengukuran.....	40
	G. Teknik Analisis Data	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Penyajian Data.....	48
	B. Analisis Data	60
	C. Pembahasan	73
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan.....	76
	B. Saran-saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert.....	40
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan status	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan	50
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Penghasilan	50
Tabel 4.6	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena rekomendasi dari teman saya.....	51
Tabel 4.7	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena dekat dengantempat tinggal saya.....	52
Tabel 4.8	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena keluarga mengajak saya untuk membeli bakso syar'i khas Malang.....	52
Tabel 4.9	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena organisasi agamis yang saya ikuti.....	53
Tabel 4.10	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena harganya relatif terjangkau	54
Tabel 4.11	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena sesuai dengan gaya hidup saya	55
Tabel 4.12	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena adanya dorongan kebutuhan akan rasa lapar.....	55
Tabel 4.13	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena saat saya membeli pertama kali rasa baksonya sangat pas dilidah saya	56
Tabel 4.14	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena pelayanannya yang baik dan ramah	57

Tabel 4.15	Saya membeli bakso syar'i khas Malang merek yang dipakai syar'i.....	57
Tabel 4.16	Saya membeli bakso syar'i khas Malang karena lokasinya Strategis	58
Tabel 4.17	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang di warung bakso syar'i khas Malang	59
Tabel 4.18	Faktor Sosial (X_1)	60
Tabel 4.19	Faktor Pribadi (X_2).....	60
Tabel 4.20	Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	60
Tabel 4.21	Hasil Analisis Multikolinieritas	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	9
Gambar 2.2	Proes Pembelian	26
Gambar 4.1	Uji Reliabilitas Faktor Sosial (X_1).....	61
Gambar 4.2	Uji Reliabilitas Faktor Pribadi (X_2).....	61
Gambar 4.3	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	61
Gambar 4.4	Uji analisis linear berganda	62
Gambar 4.5	Hasil uji koefisien determinasi	64
Gambar 4.6	Hasil uji F	64
Gambar 4. 7	Hasil uji t	65
Gambar 4.8	Uji Normalitas dengan Cara Uji Kolmogrov Smirnov.....	67
Gambar 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Gambar 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas (scatterplot)	70