

## 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.