

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK *COFFEE SHOP* BERLABEL HALAL DI KOTA BOGOR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sebelumnya Saya ingin mengucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu dan Saudara/i semua yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Perkenalkan Saya

Nama : Muhammad Iqbal Firdaus
 NIM : H54170056
 No. HP : 082279478814
 Email : iqblfrdss25@gmail.com
 Departemen : Ilmu Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Manajemen
 Universitas : IPB Univesity

Oleh karena itu Saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu, Sudara/i untuk dapat berpartisipasi mengisi kuesioner ini dengan jujur sehingga dapat diperoleh data yang valid dan faktual. Data yang Saya berikan dalam kuesioner ini akan dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja. Atas kerja sama dan kebesaran hati Bapak/Ibu, saudara/i semua Saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

A. *Screening*

1. Apakah Saya beragama Islam? Ya / tidak
2. Apakah Saya berdomisili dan memiliki ktp kota bogor? Ya /tidak
3. Apakah rentang usia Saya 20-39 tahun? Ya / tidak
4. Apakah Saya pernah mendatangi *coffee shop* berikut (salah satu atau beberapa) : Ya / Tidak

NO	NAMA COFFEE SHOP
1	Starbucks Coffee
2	The Coffee Bean & Tea Leaf
3	MAXX COFFEE
4	Kopi Kenangan
5	Kopi Janji Jiwa
6	Kopi Kulo
7	Kopi Soe
8	Kopi Nako
9	Maraca Books And Coffee
10	Popolo Coffee
	Lainnya.

Jika jawaban diatas terjawab (Ya) maka lanjut ke pertanyaan berikutnya:

1. Apakah Saya mengetahui bahwa 5 *coffee shop* teratas telah memiliki label halal MUI? Ya / tidak
2. Apakah Saya mengetahui bahwa 5 *coffee shop* terbawah belum memiliki label halal MUI? Ya / tidak
3. Apakah Saya pernah mengunjungi *coffee shop* berlabel halal (salah satu atau beberapa *coffee shop* 5 teratas) ? Pernah / Belum Pernah
4. Seberapa sering Saya mengunjungi *coffee shop* di Kota Bogor
 - o Satu kali dalam sebulan
 - o Tiga kali dalam sebulan
 - o Lebih dari tiga kali dalam sebulan
5. Tujuan Saya mengunjungi *coffee shop*
 - o Melepas dahaga
 - o Mengerjakan tugas sekolah/kampus/kantor
 - o Bertemu dengan teman
 - o Bertemu dengan rekan bisnis
 - o Lainnya.

B. Karakteristik Responden

Isilah pertanyaan dibawah ini dengan jelas dan benar serta berikan tSaya centang pada bagian yang telah disediakan.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Nomer Telepon :
4. Usia
 - o 20-24 tahun
 - o 25-29 tahun
 - o 30-34 tahun
 - o 35-39 tahun
5. Alamat

- Bogor Selatan
- Bogor Utara
- Bogor Barat
- Bogor Timur
- Bogor Tengah
- Tanah Sereal

6. Pekerjaan

- PNS
- Polisi/TNI
- Pegawai swasta
- Seniman
- Mahasiswa
- Influencer
- Penyedia jasa
- Driver (transportasi umum,pribadi,online)
- Wiraswasta
- Dokter
- Editor/Programmer
- Lainnya.

7. Pendapatan per bulan (Rp)

- < 500.000
- 500.001 – 2.000.000
- 2.000.001 – 5.000.000
- 5.000.001 – 10.000.000
- > 10.000.000

8. Pendidikan formal terakhir

- SD/Sederajat
- SMP/Sederajat
- SMA/Sederajat
- Diploma 1
- Diploma 2
- Diploma 3
- Diploma 4
- S1
- S2
- S3

9. Apakah Saya mengikuti kajian Islam rutin disekitar tempat tinggal Saya maupun melalui media online ? Ya / Tidak

10. Apakah Saya pernah menempuh pendidikan agama selain di sekolah formal ataupun pernah bersekolah berbasis Islam terpadu ? Ya / Tidak

C. ANALISIS DESKRIPTIF

Pengisian kuesioner dilakukan dengan cara memberi tanda (√) pada pernyataan yang Saya pilih

Skala Pengukuran :


1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju



- 3. KS : Kurang Setuju
- 4. S : Setuju
- 5. SS : Sangat Setuju

@ Hak Cipta milik IPB University

1. Pengetahuan halal konsumen

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Mengonsumsi minuman beralkohol dalam Islam adalah haram					
2.	Mengonsumsi minuman kopi dengan campuran rum belum jelas kehalalannya					
	 <p>Gambar tersebut merupakan logo resmi yang dikeluarkan oleh MUI</p>					
4.	Produk makanan dan minuman yang telah menampilkan logo tersebut telah teruji kehalalannya					
5.	Logo halal MUI menjadi pertimbangan Saya dalam memilih produk makanan dan minuman					

2. Religiusitas

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya melaksanakan shalat fardhu 5 waktu					
2.	Saya selalu membaca Al- Quran					
3.	Saya menunaikan ibadah puasa selama bulan ramadhan					
4.	Saya mengetahui makanan / minuman yang dilarang dan di perbolehkan dalam Islam					
5.	Keluarga memberikan pemahaman tentang pentingnya mengonsumsi makanan dan minuman halal					

3. Merek

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Nama merek tertentu memengaruhi keputusan Saya dalam melakukan					

	pembelian					
2.	Saya selalu memerhatikan merek produk yang Saya beli					
3.	Merek <i>coffee shop</i> terkenal sudah pasti halal					

4. Harga

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Harga yang ditawarkan <i>coffee shop</i> berlabel halal terjangkau					
2.	Saya akan tetap membeli produk <i>coffee shop</i> berlabel halal walaupun harganya mahal					
3.	Harga yang ditawarkan <i>coffee shop</i> berlabel halal sesuai dengan kualitas minuman dan makanan yang diberikan					

5. Kualitas produk

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Makanan dan minuman di <i>coffee shop</i> disajikan secara higienis					
2.	Rasa yang ditawarkan sesuai dengan selera Saya					
3.	Saya membeli produk makanan dan minuman di <i>coffee shop</i> karena memiliki menu yang bervariasi					

6. Kualitas pelayanan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Pelayanan yang diberikan <i>coffee shop</i> cepat					
2.	Pelayan memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pengunjung					
3.	Pelayan memberikan perilaku yang ramah					

7. Lokasi

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Lokasi <i>coffee shop</i> mudah dijangkau					
2.	Lokasi <i>coffee shop</i> dekat dengan fasilitas umum lainnya					

8. Promosi

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya sering melihat iklan <i>coffee</i>					



	shop berlabel halal di media sosial					
2.	Coffee shop berlabel halal sering memberikan potongan harga					
3.	Iklan dari coffee shop berlabel halal lebih menarik					

9. Fasilitas

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Fasilitas penunjang dari coffee shop seperti tempat parkir, mushola, toilet, dan musik memadai					
2.	Coffee shop memiliki fasilitas wifi dengan jaringan yang kuat dan cepat					
3.	View didalam maupun diluar ruangan coffee shop sangat bagus					

Saat Saya memilih *coffee shop* faktor apa saja yang menjadi pertimbangan Saya (urutkan dari 1 sebagai alasan utama sampai 8 untuk alasan terakhir)

- Halal
- Merek
- Harga
- Produk (rasa dari makanan dan minuman)
- Pelayanan
- Lokasi
- Promo
- Fasilitas

Lampiran 2 Hasil uji validitas dan uji reliabilitas

Uji Validitas

X1 (Pengetahuan halal konsumen)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,520**	,540**	,598**	,321	,836**
	Sig. (2-tailed)		,003	,002	,000	,084	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,520**	1	,245	,425*	,189	,665**
	Sig. (2-tailed)	,003		,192	,019	,318	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,540**	,245	1	,584**	,380*	,751**
	Sig. (2-tailed)	,002	,192		,001	,039	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,598**	,425*	,584**	1	,333	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,019	,001		,072	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,321	,189	,380*	,333	1	,591**
	Sig. (2-tailed)	,084	,318	,039	,072		,001
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	,836**	,665**	,751**	,797**	,591**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2 Religiusitas

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,721**	,611**	,065	,364*	,254	,776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,731	,048	,176	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,721**	1	,531**	,343	,156	,023	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,064	,409	,906	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,611**	,531**	1	,128	,680**	,455*	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,500	,000	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,065	,343	,128	1	-,109	-,271	,298
	Sig. (2-tailed)	,731	,064	,500		,566	,148	,109
	N	30	30	30	30	30	30	30

X3 Merek

X2.5	Pearson Correlation	,364*	,156	,680**	-,109	1	,742**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,048	,409	,000	,566		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,254	,023	,455*	-,271	,742**	1	,567**
	Sig. (2-tailed)	,176	,906	,012	,148	,000		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	,776**	,719**	,849**	,298	,710**	,567**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,109	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,435*	,306	,780**
	Sig. (2-tailed)		,016	,100	,000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,435*	1	,286	,757**
	Sig. (2-tailed)	,016		,125	,000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,306	,286	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,100	,125		,000
	N	30	30	30	30
Total_X3	Pearson Correlation	,780**	,757**	,710**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X4 Harga

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,318	,377*	,748**
	Sig. (2-tailed)		,087	,040	,000
	N	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	,318	1	,357	,756**
	Sig. (2-tailed)	,087		,053	,000
	N	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	,377*	,357	1	,755**
	Sig. (2-tailed)	,040	,053		,000
	N	30	30	30	30
Total_X4	Pearson Correlation	,748**	,756**	,755**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

X5 Kualitas Produk

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	,617**	,490**	,862**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,000
	N	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	,617**	1	,383	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000		,037	,000
	N	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	,490**	,383	1	,808**
	Sig. (2-tailed)	,006	,037		,000
	N	30	30	30	30
Total_X5	Pearson Correlation	,862**	,766**	,808**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X6 Kualitas pelayanan

Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	Total_X6
X6.1	Pearson Correlation	1	,902**	,812**	,955**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
X6.2	Pearson Correlation	,902**	1	,849**	,967**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
X6.3	Pearson Correlation	,812**	,849**	1	,928**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
Total_X6	Pearson Correlation	,955**	,967**	,928**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X7 Lokasi

Correlations

		X7.1	X7.2	Total_X7
X7.1	Pearson Correlation	1	,873**	,973**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	30	30	30
X7.2	Pearson Correlation	,873**	1	,962**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	30	30	30
Total_X7	Pearson Correlation	,973**	,962**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X8 Promosi

Correlations

		X8.1	X8.2	X8.3	Total_X8
X8.1	Pearson Correlation	1	,538**	,575**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,002	,001	,000
	N	30	30	30	30
X8.2	Pearson Correlation	,538**	1	,641**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000
	N	30	30	30	30
X8.3	Pearson Correlation	,575**	,641**	1	,876**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	30	30	30	30
Total_X8	Pearson Correlation	,842**	,830**	,876**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X9 Fasilitas

Correlations

		X9.1	X9.2	X9.3	Total_X9
X9.1	Pearson Correlation	1	,532**	,746**	,897**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000
	N	30	30	30	30
X9.2	Pearson Correlation	,532**	1	,413*	,779**
	Sig. (2-tailed)	,002		,023	,000
	N	30	30	30	30
X9.3	Pearson Correlation	,746**	,413*	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,023		,000
	N	30	30	30	30
Total_X9	Pearson Correlation	,897**	,779**	,850**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,779	5

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	6

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,609	3

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,617	3

X5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	3

X6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	3

X7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	2

X8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,802	3

X9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,792	3

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	60,183	9	,000
	Block	60,183	9	,000
	Model	60,183	9	,000

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	78,447 ^a	,452	,603

a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	5,906	8	,658

Classification Table^a

Observed		Predicted			
		Mengunjungi <i>Coffee shop</i> Berlabel Halal di Kota Bogor		Percentage Correct	
		Belum Pernah	Pernah		
Step 1	Mengunjungi <i>Coffee shop</i> Berlabel Halal di Kota Bogor	Belum Pernah	43	7	86,0
		Pernah	10	40	80,0
	Overall Percentage				83,0

a. The cut value is ,500

Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Step 1 ^a X1	,160	,632	,064	1	,800	1,174	,340	4,053
X2	2,125	,670	10,057	1	,002	8,370	2,251	31,119
X3	,508	,769	,438	1	,508	1,663	,369	7,499
X4	3,270	,954	11,763	1	,001	26,319	4,061	170,572
X5	-,463	,683	,459	1	,498	,630	,165	2,402
X6	-,803	,624	1,656	1	,198	,448	,132	1,522
X7	,634	,745	,722	1	,395	1,884	,437	8,124
X8	-,188	,694	,073	1	,786	,829	,212	3,231
X9	-2,969	,938	10,023	1	,002	,051	,008	,323
Constant	-,951	,570	2,782	1	,095	,386		

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9.