

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, BUDAYA KONSUMEN DAN
KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SATE AYAM PONOROGO (STUDI KASUS MAHASISWA
EKONOMI SYARIAH TAHUN ANGKATAN 2021 DAN 2022
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah
Ponorogo

Nama : Million Nur Cahyani
NIM : 21415434
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, BUDAYA KONSUMEN DAN
KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SATE AYAM PONOROGO (STUDI KASUS MAHASISWA
EKONOMI SYARIAH TAHUN ANGKATAN 2021 DAN 2022
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah
Ponorogo

Nama : Million Nur Cahyani
NIM : 21415434
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Konsumen dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Sate Ayam Ponorogo (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2021 dan 2022 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Million Nur Cahyani

NIM : 21415434

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 25 Mei 2003

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pembimbing I



Dr. Sri Hartono, S.E., M.M
NUPTK. 9562749652110033

Ponorogo, 13 Agustus 2025
Pembimbing II



Fery Setiawan, S.E., M.M
NUPTK. 1552767668131043

Mengetahui

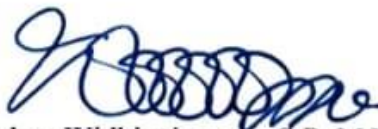


Dr. Satrio Santoso, S.E., M.Si
NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji:



Dr. Sri Hartono, S.E., M.M
NUPTK. 9562749652110033



Wahna Widhianingrum, S.P., M.M
NUPTK. 3439764665230213



Eka Destriyanto P. A., S.AB., M.M
NUPTK. 5543762663231033

RINGKASAN

Skripsi: “Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Konsumen dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Sate Ayam Ponorogo (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2021 dan 2022 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”; Million Nur Cahyani, NIM 21415434, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Keputusan pembelian adalah sebuah keputusan akhir dari konsumen yang dapat dipengaruhi oleh beberapa alternatif pilihan sebelum pada akhirnya memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa. Dalam dunia bisnis, memahami proses keputusan pembelian pelanggan sangat penting karena dapat membantu perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran, meningkatkan kepuasan konsumen, dan membangun loyalitas merek. Dengan menganalisis perilaku konsumen, perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sehingga mampu menawarkan solusi yang lebih tepat dan kompetitif. Kombinasi ketiga faktor seperti faktor sosial, budaya konsumen dan kesadaran halal dapat membentuk keputusan akhir untuk membeli Sate Ayam Ponorogo. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh faktor sosial, budaya konsumen dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian Sate Ayam Ponorogo.

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2021 dan 2022 berjumlah 47 mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah industri bisnis halal dan merupakan konsumen maupun calon konsumen Sate Ayam Ponorogo. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode

pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner pada google form kepada 47 mahasiswa dengan pengukuran data menggunakan skala likert 1 sampai 5.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial, budaya konsumen dan kesadaran halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian sate ayam Ponorogo.

Kata kunci: **Faktor Sosial, Budaya Konsumen, Kesadaran Halal, Keputusan Pembelian.**



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Konsumen dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Sate Ayam Ponorogo (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2021 dan 2022 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana program Strata 1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penyusunannya tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala Rahmat dan karunianya yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Dr. Riawan, S.Pd., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Dr. Sri Hartono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar dalam memberikan bimbingan, saran, arahan, motivasi, dan berbagai masukan sebagai pertimbangan yang sangat berharga selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini

6. Bapak Fery Setiawan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dalam memberikan bimbingan, saran, arahan, motivasi, dan berbagai masukan sebagai pertimbangan yang sangat berharga selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
8. Kedua orang tua Bapak Juara dan Ibu Sumini serta saudara-saudara tercinta yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan serta doa yang tiada henti dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat saya serta rekan S1 Manajemen angkatan 2021 yang telah memberikan semangat, doa dan bantuannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memanfaatkannya.

Ponorogo, 13 Agustus 2025



Million Nur Cahyani

NIM. 21415434

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 13 Agustus 2025



Million Nur Cahyani

NIM. 21415434

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, kesehatan serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Konsumen dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Sate Ayam Ponorogo (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2021 dan 2022 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan baik finansial maupun moral dari berbagai pihak yang tulus serta ikhlas membantu. Melalui kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih kepada:

- 1 Kedua orang tua saya, Bapak Juara dan Ibu Sumini yang paling saya cintai dan sayangi. Beliau adalah alasan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, yang telah memberikan doa dan dukungan tanpa syarat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- 2 Bapak Dr. Sri Hartono, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan kemudahan bimbingan dengan meluangkan waktu di sela-sela kesibukan beliau sehingga membuat penulis bersemangat menyelesaikan skripsi ini.
- 3 Bapak Fery Setiawan, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

- 4 Adekku tersayang Billion Nur Cahyo Utomo dan Trillion Nur Cahyo Utami. Terimakasih telah memberikan doa, motivasi, semangat serta berbagai sindirannya “velocity terus makanya skripsinya ga selesai-selesai”.
- 5 Seluruh sahabat dan teman-teman Manajemen B, terimakasih atas doa, dukungan, inisiatifnya dalam mengingatkan penulis dan rela menemani kapanpun dimanapun dalam penyelesaian skripsi ini.
- 6 Semua pihak yang tidak tercantum namanya, termasuk yang sering memberikan pertanyaan “kapan skripsimu selesai?” terimakasih telah memberi cambukan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 7 Teruntuk seseorang yang belum bisa kutulis namanya, namun sudah tertulis jelas di Lauhul Mahfudz. Terimakasih telah menjadi salah satu alasan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dan untuk selalu memperbaiki diri. Meskipun kita belum bertemu, penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.
- 8 Last but not least, teruntuk diriku sendiri terimakasih sudah mau berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu melewati rintangan yang luar biasa menguras energi dan pikiran serta mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Semoga pencapaian ini menjadi awal keberhasilan di masa depan.

MOTTO

“Jika kamu berbuat baik, (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri”

(QS. Al-Isra’:7)

“Barang siapa ingin mutiara, harus berani terjun di lautan yang dalam”

(Ir. Soekarno)

“Saya bukan orang pintar, kita semua bukan orang pintar, tapi dunia itu bukan dirubah oleh orang pintar yang tidak punya nyali, dunia itu dirubah oleh orang bodoh yang rela melakukan apapun. Jadi orang bodoh yang rela melakukan apapun itu jauh lebih berbahaya daripada orang pintar yang tidak punya nyali”

(Kalimasada)

“Pengalaman adalah guru terbaik, belajarliah dari pengalaman dan jadikan Pelajaran”

(Robert Baden Powell)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
1 Theory of Planned Behavior	12

2	Manajemen.....	14
3	Kewirausahaan	16
4	Manajemen UMKM.....	18
5	Perilaku Konsumen	20
6	Keputusan Pembelian.....	23
7	Faktor Sosial	26
8	Budaya Konsumen	29
9	Kesadaran Halal	32
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3	Kerangka Konseptual Penelitian	40
2.4	Hipotesis.....	41
BAB III		45
METODE PENELITIAN		45
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	45
1	Populasi Penelitian	45
2	Sampel Penelitian.....	46
3.3	Jenis Data	47
3.4	Metode Pengambilan Data	48
3.5	Definisi Operasional Variabel	49

3.6 Metode Analisis Data	51
1 Uji Instrumen	51
2 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	52
3 Uji Determinasi	53
4 Uji Hipotesis	54
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian	55
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
2. Jenis-jenis Sate Ayam di Ponorogo	56
3. Gambaran Umum Responden	58
4. Distribusi Jawaban Responden	61
5. Analisis data	65
4.2 Pembahasan	74
1 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	74
2 Pengaruh Budaya Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	76
3 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81

5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83



DAFTAR TABEL

Table. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel. 2 Skala Likert.....	49
Table. 3 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel. 4 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel. 5 Tahun Angkatan Responden	59
Tabel. 6 Frekuensi Pembelian Responden	60
Tabel. 7 Faktor Sosial (X1).....	62
Tabel. 8 Budaya Konsumen (X2)	62
Tabel. 9 Kesadaran Halal (X3)	63
Tabel. 10 Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel. 11 Uji Validitas	66
Tabel 12. Uji Reliabilitas	68
Tabel 13. Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 14. Uji Determinasi.....	71
Tabel 15. Uji T	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sertifikat Halal Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun.....	6
Gambar 2. Teori Perilaku Terencana (The Theory of Planned Behavior).....	13
Gambar 3. Kerangka Penelitian	40



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	92
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN	97
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA.....	101
LAMPIRAN 4 HASIL OLAH DATA.....	103
LAMPIRAN 5 CEK PLAGIASI.....	108
LAMPIRAN 6 BERITA ACARA BIMBINGAN	109
LAMPIRAN 7 SATE AYAM PONOROGO	111
LAMPIRAN 8 DOKUMENTASI PENGAMBILAN DATA	112
LAMPIRAN 9 SURAT IZIN PENELITIAN	113
LAMPIRAN 10 R TABEL	114
LAMPIRAN 11 T TABEL	115
LAMPIRAN 12 LOA.....	117