

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori Halal Awareness

##### 1. Pengertian *Halal Awareness*

Halal awareness merupakan sikap kepedulian konsumen terhadap kejelasan suatu produk yang halal berupa Kesadaran konsumen terhadap label halal dan logo halal pada suatu produk, serta merupakan faktor yang mempengaruhi persepsi dan sikap konsumen terhadap produk yang halal.<sup>27</sup>

Kesadaran (*awaranness*) merupakan kemampuan guna mengetahui, merasakan, dan mengenali eksistensi suatu peristiwa.. Kesadaran juga dapat diartikan sebagai konsep yang menggambarkan pemahaman terhadap suatu kejadian atau peristiwa.<sup>28</sup> Kesadaran halal dapat dinilai dari sejauh mana seorang Muslim memahami konsep halal, mengetahui cara penyembelihan yang sesuai dengan syariat, dan mengutamakan konsumsi makanan yang halal. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal mencerminkan pengetahuan seorang Muslim tentang konsep dan proses halal, serta pandangan bahwa penggunaan produk halal adalah hal yang penting bagi dirinya.<sup>29</sup>

Kesadaran halal merujuk pada sejauh mana umat Islam memahami

---

<sup>27</sup> Tian Nur M dan Imroatul Istiqomah, *Agroindustri Halal* (Penerbit:Unida Gontor Press, 2020), hal 148.

<sup>28</sup> Santi Nopita Sari, Rully Trihantana, and Bayu Purnama, “Pengaruh Kesadaran Halal Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Pamijahan Dan Cibungbulang Kabupaten Bogor Terhadap Motivasi Sertifikasi Halal,” *Sahid Business Journal* 1, no. 01 (2021): 92–103.

<sup>29</sup> Nopita Sari, Trihantana, and Purnama, “Pengaruh Kesadaran Halal Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Pamijahan Dan Cibungbulang Kabupaten Bogor Terhadap Motivasi Sertifikasi Halal.”

berbagai isu yang berkaitan dengan konsep halal. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang apa yang sah menurut syariat serta bagaimana proses produksi suatu produk sesuai dengan standar halal Islam. Dengan mengutamakan konsumsi makanan halal dan lebih teliti dalam memilih produk, berarti umat Muslim telah memahami apa itu halal, proses halal, dan prinsip-prinsip yang terkait dengan halal.<sup>30</sup>

## 2. Indikator *Halal Awareness*

Pengukuran variabel kesadaran halal (*halal awareness*) mengacu pada instrumen penelitian yaitu:<sup>31</sup>

### 1. Sadar akan halal

Kesadaran akan kehalalan merujuk pada tingkat pemahaman masyarakat Muslim terkait berbagai isu seputar konsep halal. Pemahaman ini mencakup pengertian mengenai apa yang dimaksud dengan halal serta bagaimana proses produksi yang sesuai dengan standar kehalalan dalam Islam. Pengetahuan umat Muslim tentang kesadaran halal meliputi:

- a. Memahami konsep halal Halal didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diizinkan dalam hukum Islam. Dalam konteks makanan, halal merujuk pada segala jenis makanan yang dapat dikonsumsi oleh manusia dan diperbolehkan menurut ajaran Islam.
- b. Mengetahui proses produksi yang memenuhi standar halal dalam Islam  
Proses ini mencakup rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk

---

<sup>30</sup> Rohmah, "Pengaruh Halal Aware. Dan Halal Certif. Terhadap Minat Beli Prod. Makanan Halal."

<sup>31</sup> Nor Lailla and Irfan Tarmizi, "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Di Food Courd UMJ," *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)* 1177 (2020): 1–14.

menghasilkan produk sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, memberikan manfaat bagi konsumen, terutama bagi masyarakat Muslim. Hal ini mencakup pemilihan bahan baku yang sesuai serta menjaga kebersihan produk.<sup>32</sup>

## 2. Kebersihan dan keamanan makanan

Kesadaran konsumen terhadap pola hidup sehat semakin meningkat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya konsumen yang mulai memperhatikan makanan dan minuman yang mereka konsumsi, baik dari segi keamanan pangan, kesadaran akan manfaat kesehatan bagi tubuh, hingga kepedulian terhadap sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman.

Bagi konsumen yang peduli dengan kesehatan, memilih produk yang aman serta bermanfaat menjadi hal yang sangat penting. Mereka perlu memastikan produk yang dikonsumsi dan dipakai memiliki sertifikasi halal, selain memahami aspek keamanan dan kesehatan pangan. Khususnya bagi konsumen Muslim, perlindungan dari produk makanan dan minuman yang tidak halal atau status kehalalannya tidak jelas menjadi sebuah keharusan. Sebab, umat Islam memiliki pedoman yang tegas mengenai makanan dan minuman yang diizinkan (halal) dan yang dilarang (haram).<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Asep Danurwenda Ismaya, "Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal Dalam Menentukan Minat Beli Produk Mie Instan Di Kalangan Konsumen Muslim Di Kabupaten Garut," *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management* 1, no. 01 (2022): 12–22.

<sup>33</sup> Astina Eka Pratiwi and Muzakar Isa, "Pengaruh Keamanan Makanan, Kesadaran Kesehatan, Sertifikasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian," *Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 19, no. 1 (2024): 123–138.

### 3. Perhatian terhadap pengemasan produk halal internasional.

Sertifikasi halal memiliki peran yang sangat penting dalam industri makanan dan minuman, karena sertifikat ini menjamin bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kehalalan, serta mematuhi standar keamanan dan kualitas. Selain itu, sertifikasi halal berkaitan erat dengan konsep manajemen bisnis syariah, yang memastikan bahwa kegiatan bisnis dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Tidak hanya berdampak pada strategi pemasaran dan peluang akses pasar global, sertifikasi halal juga memengaruhi keseluruhan praktik manajemen bisnis. Hal ini mencakup aspek perencanaan, pelaksanaan, hingga pengendalian operasional.<sup>34</sup>

Konsumen di Indonesia memiliki kecenderungan yang kuat untuk memilih produk halal. Hal ini bukan hanya didorong oleh kepatuhan terhadap keyakinan agama, tetapi juga oleh meningkatnya kesadaran akan aspek kesehatan, keamanan, dan etika dalam konsumsi. Banyak penelitian menunjukkan bahwa label halal menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim di Indonesia.<sup>35</sup>

Kesadaran konsumen dalam memilih produk halal adalah sebagai berikut:<sup>36</sup>

#### a. Bahan Baku Halal

---

<sup>34</sup> Firdaus Firdaus, "Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman," *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 02 (2023): 39–54.

<sup>35</sup> Rizlah Maulizah, "Pentingnya Produk Halal Di Indonesia : Analisis Kesadaran Konsumen , Tantangan Dan Peluang The Importance of Halal Products in Indonesia : An Analysis of Consumer Awareness , Challenges and Opportunities" 1, no. 2 (2024): 129–147.

<sup>36</sup> Ulva Nurul Alia, "Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Produk Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Sebagai Konsumen Indomie)," *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* (2022): 4.

Bahan baku halal adalah elemen penting yang perlu dipahami oleh konsumen. Konsumen harus memiliki pengetahuan tentang komposisi bahan baku yang digunakan dalam produk untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi kriteria halal.

b. Kewajiban Agama

Kehalalan suatu produk merupakan prioritas utama dan kewajiban bagi konsumen Muslim sebagai bagian dari ketaatan mereka terhadap ajaran agama. Dengan demikian, kewajiban untuk mengonsumsi produk halal menjadi indikator penting dari kesadaran halal di kalangan konsumen Muslim.

c. Proses Produksi

Kesadaran halal mencakup pemahaman tentang kehalalan proses produksi. Informasi mengenai proses ini dapat diperoleh melalui berbagai saluran, seperti televisi atau internet.

d. Kebersihan Produk

Kebersihan produk adalah salah satu indikator dari kesadaran halal yang dapat dengan mudah diamati pada produk tersebut.

e. Pengetahuan Produk Halal Internasional

Kesadaran halal tidak hanya mencakup produk lokal, tetapi juga meliputi produk internasional yang tersedia di pasar. Oleh karena itu, pengetahuan tentang produk halal internasional menjadi salah satu indikator penting dalam kesadaran halal.

## B. Teori Religiusitas

### 2. Pengertian *Religiusitas*

Kata *religiusitas* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *religion* dan berubah menjadi *religiosity* yang dalam bahasa Indonesia sering diartikan sebagai keberagaman. Dalam beberapa literatur, banyak pakar mendefinisikan makna religiusitas. Salah satunya Holdcroft yang menjelaskan bahwa sulit mendefinisikan kata religiusitas karena terdapat kesamaan makna dengan beberapa kata yaitu, keimanan (*faith*), kepercayaan (*believe*), kesalehan (*piousness*), pengabdian (*devotion*), dan kesucian (*holiness*). Alasan lainnya yaitu dengan banyaknya sudut pandang, Glock dan Stark menjelaskan religiusitas sebagai tingkatan pemahaman dan pengetahuan seseorang pada suatu agama yang dianutnya.<sup>37</sup>

*Religiusitas* adalah sebuah kesatuan yang terbentuk dari berbagai unsur yang membuat seseorang menjadi beragama, lebih dari sekadar memiliki identitas agama. Aspek *religiusitas* mencakup pengetahuan tentang ajaran agama, kepercayaan terhadap prinsip-prinsip yang diyakini, pelaksanaan ritual, pengalaman spiritual, nilai-nilai moral, dan sikap sosial berkaitan dengan agama. Dalam konteks Islam, *religiusitas* dapat dilihat melalui penerapan syariah, akidah, dan akhlak individu, atau dapat pula diekspresikan melalui istilah lain seperti iman, Islam, dan ihsan.<sup>38</sup> Jika

---

<sup>37</sup> Bambang Suryadi and Bahrul Hayat, *Religiusitas\_Cover\_setengah Isi Buku\_Daftar Pustaka*, 2021.

<sup>38</sup> Aisyah Farah Sayyidah et al., "Peran Religiusitas Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis," *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam* 13, no. 2 (2022): 103–115.

semua komponen tersebut dimiliki oleh seseorang, maka dia adalah individu beragama yang setia. Dalam sebuah buku tentang psikologi agama, Dradjat memperkenalkan konsep kesadaran agama (kebijaksanaan spiritual) dan pengalaman agama (pengalaman spiritual). Kesadaran agama merujuk pada aspek agama yang dirasakan dalam pikiran dan dapat dievaluasi melalui refleksi diri, atau dapat diinterpretasikan sebagai dimensi mental dari praktik agama. Di sisi lain, pengalaman agama mencakup elemen emosional dalam kesadaran agama, yaitu perasaan yang mengarah pada keyakinan yang muncul dari tindakan.<sup>39</sup>

### **3. Faktor-faktor *Religiusitas***

#### **a. Pengaruh pendidikan dan faktor sosial**

Pendidikan atau pengajaran serta berbagai tekanan dari faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan pandangan seseorang.

#### **b. Pengalaman yang mempengaruhi sikap keagamaan**

Berbagai pengalaman yang dapat membentuk sikap keagamaan, antara lain:

1. Keindahan, keselarasan, dan faktor alami,
2. Faktor moral,
3. Pengalaman emosional yang berkaitan dengan aspek keagamaan (faktor afektif).

#### **c. Faktor-faktor yang muncul dari kebutuhan yang belum terpenuhi Faktor-**

---

<sup>39</sup> Sayyidah et al., "Peran Religiusitas Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis."

faktor yang muncul karena kebutuhan yang tidak terpenuhi, seperti:

1. Keamanan,
  2. Cinta kasih,
  3. Harga diri, dan
  4. Ancaman terhadap kematian.
- d. Proses intelektual dalam pembentukan keyakinan keagamaan  
Berbagai proses intelektual yang melibatkan aspek pemikiran verbal, terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan keagamaan.<sup>40</sup>

#### 4. Dimensi-Dimensi *Religiusitas*

Menurut Glock dan Stark, terdapat lima dimensi keberagaman atau religiusitas, yaitu: dimensi keyakinan/kepercayaan (ideologis), dimensi praktik ibadah/pelaksanaan ibadah (*ritualistik*), dimensi penerapan (*konsekuensial*), dan dimensi pengetahuan agama (*intelektual*).<sup>41</sup>

- a. Dimensi ideologis atau keyakinan (*the ideological dimension*) Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Berkaitan dengan seberapa kuat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama yang bersifat dogmatis. Dalam konteks Islam, dimensi keyakinan meliputi iman kepada Allah, malaikat, rasul, kitab-kitab Allah, surga, neraka, serta

---

<sup>40</sup> L. Sri, Jeri, "Hubungan Religiusitas Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Pasangan Hidup Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang," *Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim* (2014): 9–59.

<sup>41</sup> Suryadi and Hayat, *Religiusitas\_Cover\_setengah Isi Buku\_Daftar Pustaka*.

takdir.

- b. Dimensi ritualistik atau praktik (*the ritualistic dimension*) berfokus pada sejauh mana seseorang berkomitmen untuk menjalankan kegiatan ritual sesuai dengan ajaran agamanya. Dalam Islam, dimensi ini meliputi berbagai aktivitas seperti salat, puasa, zakat, haji bagi yang mampu, pembacaan Al-Quran, serta pemanjatan doa dan lainnya.
- c. Dimensi intelektual atau pengetahuan (*the experiential dimension*) menunjukkan seberapa dalam seseorang memahami dan mengetahui ajaran agamanya, terutama yang termuat dalam kitab sucinya. Dalam Islam, dimensi ini meliputi pengetahuan tentang kandungan Al-Quran, prinsip-prinsip ajaran yang harus diyakini dan dilaksanakan, hukum-hukum Islam, sejarah Islam, dan lainnya.
- d. Dimensi pengalaman (*the experiential dimension*) dan konsekuensi (*the consequential dimension*), Dimensi pengalaman berfokus pada pengalaman iman pribadi, mungkin pertemuan yang transenden. mengacu indentifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari kehari yang menunjukkan seberapa patuh tingkat ketaatan seorang muslim dalam mengerjakan kegiatan keagamaan yang dianjurkan dan pada agamanya. Dengan indikatornya antara lain :
  - a. Sabar dalam menghadapi cobaan
  - b. Perasaan selalu bersyukur kepada Allah
  - c. Menganggap kegagalan yang dialami sebagai musibah yang ada hikmahnya (tawakkal)

d. Takut ketika melanggar aturan dan merasakan tentang kehadiran Tuhan.

Konsekuensi (*the consequential dimension*), dimensi yang mengacu pada pengaruh nilai-nilai agama yang dianutnya memberikan pengaruh positif dalam kehidupannya sehari-hari. Misalnya apakah ia menolong orang yang kesulitan, mendermawankan hartanya, dan sebagainya. Dengan indikatornya antara lain:

- a. Perilaku suka menolong
- b. Berlaku jujur dan pemaaf
- c. Menjaga amanat
- d. Bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan dan menjaga kebersihan lingkungan.

## **C. Teori Preferensi**

### **1. Pengertian Preferensi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), preferensi diartikan sebagai pilihan, kecenderungan, minat, atau kesukaan. Preferensi merupakan gambaran terkait produk (barang atau jasa) yang cenderung disukai konsumen. Preferensi berarti tingkatan kesukaan seseorang terhadap suatu produk dan juga dapat terbentuk dari sudut pandang konsumen terhadap produk<sup>42</sup>.

Preferensi konsumen mencerminkan pilihan yang diambil dari

---

<sup>42</sup> Rahmawati A dkk, *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan* (Penerbit: NEM, 2023), hal 5-6.

berbagai produk atau layanan yang ada. Dalam konteks teori preferensi, hal ini dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan sosial. Preferensi mencerminkan kesukaan atau ketertarikan, serta istilah alternatif. Ini menunjukkan bahwa tren berfungsi sebagai motivasi; jika seseorang diberikan kebebasan untuk memilih apa yang disukai, mereka akan terdorong untuk melakukan apa yang diinginkan. Dalam kajian preferensi dalam Islam, penting untuk menggunakan kekayaan dengan bijaksana, dengan penekanan pada cara penggunaan yang memperhatikan pilihan (preferensi) yang menyangkut kebaikan dan kepentingan. Oleh karena itu, harta benda seharusnya dapat memberikan manfaat bagi kesejahteraan individu.

Preferensi adalah kesukaan individu terhadap berbagai jenis produk atau layanan. Secara umum, preferensi konsumen mencerminkan pilihan seseorang apakah mereka menyukai atau tidak menyukai produk (barang atau jasa) yang mereka konsumsi. Preferensi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi segmen-segmen tertentu dalam pasar. Identifikasi tiga pola preferensi yang dapat muncul:

- a. Preferensi homogen menunjukkan pasar di mana semua pelanggan cenderung memiliki preferensi yang serupa.
- b. Preferensi tersebar menggambarkan kondisi di mana pelanggan memiliki preferensi yang sangat berbeda satu sama lain.
- c. Preferensi kelompok mencakup berbagai kelompok dengan preferensi yang berbeda dalam suatu pasar.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Agung Aditiya Pratama Putra, "Preferensi Konsumen Terhadap Beras Di Pasar Cikurubuk Kota Tasikmalaya" (2022): 5–16.

## 5. Indikator Preferensi Konsumen

Terdapat 5 indikator preferensi diantaranya:

- 1) *Branding*: memiliki popularitas yang baik akan menambah keinginan konsumen untuk memutuskan.
- 2) *Price* : harga yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan menjadi preferensi konsumen dalam memilih produk.
- 3) *Tangibles*: aspek fisik dari suatu produk yang dapat dilihat menjadi salah satu faktor preferensi pelanggan
- 4) Halal (*permissible in Islam*) : Label halal merupakan hal yang diutamakan konsumen muslim
- 5) *Quality*: kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang diinginkan konsumen.<sup>44</sup>

### a. Faktor-Faktor Preferensi Konsumen

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen, di antaranya:

- 1) Faktor-faktor Kebudayaan
  - a) Kebudayaan

Kebudayaan adalah faktor dasar yang menentukan keinginan dan perilaku seseorang. Sementara makhluk lain bertindak berdasarkan

---

<sup>44</sup> Bergita Satti Manglo, Muhammad Yusuf Saleh, and Seri Suriyani, *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*, ed. Hasanuddin Remmang, Miah Said, and Arwini Puspita, 2021.

naluri, perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang tumbuh akan memperoleh seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga sosial penting lainnya.

#### b) Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya yang lebih kecil, yang memberikan identitas dan sosialisasi lebih spesifik bagi anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

#### c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam masyarakat, disusun secara hierarkis, dan anggotanya memiliki nilai, minat, serta perilaku yang serupa.

### 2) Faktor-faktor Sosial

#### a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok ini meliputi kelompok primer, yang berinteraksi secara berkesinambungan (seperti keluarga, teman, dan tetangga), serta kelompok sekunder yang lebih formal dengan interaksi yang lebih terbatas.

Kelompok aspirasi adalah kelompok yang ingin dijadikan anggota,

sementara kelompok asosiasi adalah kelompok yang perilakunya tidak disukai oleh individu.

#### b) Keluarga

Dalam kehidupan pembeli, terdapat dua jenis keluarga: keluarga orientasi, yang merujuk pada orang tua yang memberikan pandangan mengenai agama, politik, ekonomi, serta nilai-nilai pribadi; dan keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup dan anak-anak yang merupakan unit keluarga inti. Keluarga prokreasi adalah organisasi pembeli yang paling penting dan telah banyak diteliti.

#### c) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok sepanjang hidupnya, seperti keluarga, klub, atau organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi melalui peran dan status mereka.

### 3) Faktor-faktor Pribadi

#### a) Umur dan Tahapan Siklus Hidup

Konsumsi seseorang dipengaruhi oleh tahapan dalam siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian menunjukkan tahapan-tahapan siklus hidup psikologis yang memengaruhi konsumsi, dengan perubahan yang terjadi seiring bertambahnya usia.

#### b) Pekerjaan

Pekerjaan berkaitan erat dengan tingkat pendidikan, karena

keduanya saling berhubungan. Jenis pekerjaan seseorang akan memengaruhi pendapatan yang diperoleh, dan pendapatan tersebut pada gilirannya akan memengaruhi pola konsumsi serta daya beli konsumen terhadap suatu produk.

#### c) Gaya Hidup

Gaya hidup mencerminkan pola hidup seseorang yang diungkapkan melalui kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan lingkungan dan mencerminkan kelas sosial mereka.

#### d) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merujuk pada karakteristik psikologis yang membedakan setiap individu dan mencerminkan bagaimana mereka merespons lingkungan secara konsisten.

### 4) Faktor-faktor Psikologis

#### a) Motivasi

Kebutuhan biogenik timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar atau haus, sedangkan kebutuhan psikogenik berasal dari kebutuhan untuk diakui, dihargai, atau diterima oleh orang lain.

#### b) Persepsi

Persepsi adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan mengartikan informasi guna membentuk gambaran dunia yang berarti.

c) Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu, sedangkan sikap mencerminkan pandangan atau perasaan terhadap suatu objek atau isu.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Manglo, Saleh, and Suriyani, *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*.