



**Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Persepsi
Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Korean Food
(Studi kasus Konsumen Gildak di Jakarta Timur)**

SKRIPSI

ASMAUL HUSNA 1810111067

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022



**Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Persepsi
Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Korean Food
(Studi kasus Konsumen Gildak di Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

ASMAUL HUSNA 1810111067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Asmaul Husna

NIM. : 1810111067

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 22 Juni 2022



(Asmaul Husna.)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asmaul Husna
Nim : 1810111067
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
PERSEPSI LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT BELI KOREAN
FOOD**

(Studi kasus Konsumen Gildak Korean Food)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Juni 2022

nyatakan,

METERAN
TEMPEL
6D3AJX846093716

(Asmaul Husna)

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN PERSEPSI
LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT BELI KOREAN FOOD

(Studi kasus Konsumen Gildak di Jakarta Timur)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ASMAUL HUSNA 1810111067

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 29 Juni 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE., MM., CPM

Ketua Penguji



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si

Penguji I



Lina Aryani, SE., MM

Penguji II



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS

Dekan



Siti Hidayati, SE., MM

Ketua program studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juni 2022

The Influence of Brand Image, Brand Trust and Perception of Halal Labeling on Korean Food Buying Interest

By Asmaul Husna

Abstract

The development of technology and also information due to globalization has caused enthusiasm from the community as the main factor in the emergence of a Korean Wave in Indonesia, one of which is Korean food. Korean food Gildak Krokot is a hawker business that uses the concept of Korean-style snacks so that many Korean food products enter the Indonesian market, which is caused by the high interest in Korean food. So that the brand image, brand trust, and the perception of halal labeling are considered as determining factors for consumers in generating buying interest, because the competition in the culinary business is getting higher. So the purpose of this study is to find out and prove whether brand image, brand trust, and perception of halal labeling affect buying interest. Using 100 samples of consumers who like food who are active in East Jakarta with purposive sampling method using PLS (Partial Least Square). The results of this research on the variables of brand image, brand trust, and perception of halal labeling have a significant positive effect on buying interest in Gildak Korean food. The limitation of this research is the limited number of respondents due to using a student license.

Keywords : brand image, brand trust, perception of halal labeling and buying interest

Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Persepsi Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Korean Food

Oleh Asmaul Husna

Abstrak

Semakin berkembangnya sebuah teknologi dan juga informasi akibat adanya globalisasi menyebabkan antusiasme dari kalangan masyarakat sebagai faktor utama penyebab munculnya Korean Wave di Indonesia salah satunya korean food. Makanan korea Gildak Krokot adalah sebuah bisnis jajanan yang memakai konsep snack ala korea Sehingga banyaknya produk-produk makanan korea yang memasuki pasar Indonesia, yang disebabkan oleh tingginya minat terhadap makanan Korea. Sehingga citra merek, kepercayaan merek, serta persepsi labelisasi halal dianggap sebagai factor penentu konsumen dalam memunculkan minat beli, dikarenakan persaingan bisnis kuliner semakin tinggi. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah citra merek, kepercayaan merek, dan persepsi labelisasi halal berpengaruh terhadap minat beli. Menggunakan 100 sampel konsumen yang menyukai makanan yang beraktifitas di Jakarta timur dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan PLS (Partial Least Square). Hasil dari penelitian ini pada variabel citra merek, kepercayaan merek, dan persepsi labelisasi halal terdapat pengaruh positif signifikan terhadap minat beli Korean food Gildak. Keterbatasan penelitian ini yaitu jumlah responden yang terbatas dikarenakan menggunakan lisensi student.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan merek, persepsi labelisasi halal dan minat beli



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Rabu , tanggal 29 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Asmaul Husna

No.Pokok Mahasiswa : 1810111067

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Korean Food (Studi Kasus Gildak Di Jakarta Timur)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Juni 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kerunia-Nya sehingga penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Presepsi Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Korean Food” dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak akademisi, Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara,S.E.,Ak.,M.Ak.,CA.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Ibu Dr. Desmintari,S.E.,M.M. selaku Kepala Jurusan Manajemen Program S1, serta Ibu Siti Hidayati S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Serta para tenaga dosen dan tenaga administrasi di lingkungan UPNVJ yang telah membantu penulis dari awal perkuliahan. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Ibu Lina Ariyani,SE,MM. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk skripsi saya. Tidak lupa peneliti mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada kedua orang tua tersayang yakni Bapak Azwar dan Ibu Yusniwati, lalu Abang-abang, kakak-kakak, serta keluarga besar tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan selama masa pendidikan. Selain itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman, baik yang berada di lingkungan UPNVJ maupun di luar yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah memberikan saran dalam pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan usulan penelitian ini. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 30 Maret 2022

Asmaul Husna

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
Abstract	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Definisi Pemasaran.....	9
II.1.2 Prilaku Konsumen.....	9
II.1.3 Minat Beli	11
II.1.4 Citra Merek	12
II.1.5 Kepercayaan Merek	14
II.1.6 Persepsi Labelisasi Halal.....	15
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	18
II.3 Hubungan Variabel.....	24
II.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli	24
II.3.2 Hubungan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	24
II.3.3 Hubungan Persepsi Labelisasi halal Terhadap Minat Beli	24

II.4	Model Penelitian.....	25
II.5	Jenis Data	25
II.6	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.1.1	Definisi Operasional.....	27
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	27
III.2	Populasi dan Sampel	28
III.2.1	Populasi.....	28
III.2.2	Sampel.....	29
III.3	Teknik Pengumpulan Data	30
III.4	Teknik Analisis Data	31
III.4.1	Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	39
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	41
IV.3	Analisis Hasil dan Uji Hipotesis	42
IV.3.1	Analisis Deskriptif	42
IV.3.2	Analisis Inferensial	48
IV.3.3	Uji Hipotesis	56
IV.4	Pembahasan	58
IV.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	58
IV.4.2	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	59
IV.4.3	Pengaruh Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli	61
IV.5	Keterbatasan Penelitian	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		63
V.1	Simpulan.....	63
V.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65
RIWAYAT HIDUP		69
LAMPIRAN.....		70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar restoran Korea di Jakarta Timur	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 3. Pengukuran data variabel	28
Tabel 4. Pengukura data variabel	30
Tabel 5. Kisi-kisi instrumen	31
Tabel 6. Interpretasi nilai persentase responden	33
Tabel 7. Hasil indeks jawaban responden terhadap minat beli	43
Tabel 8. Hasil indeks jawaban responden terhadap citra merek	44
Tabel 9. Hasil indeks jawaban responden terhadap kepercayaan merek	45
Tabel 10. Hasil indeks jawaban responden terhadap persepsi labelisasi halal	47
Tabel 11. Hasil nilai outer loading factor	50
Tabel 12. Nilai Fornell Lacker Criterium	52
Tabel 13. Average Varance Extracted	52
Tabel 14. Hasil nilai composite reliability	53
Tabel 15. Hasil nilai cornbach's alpha	54
Tabel 16. Hasil R-Square	55
Tabel 17. Hasil Q-square	56
Tabel 18. Hasil nilai path coefficients	57
Tabel 19. Hasil nilai uji t-statistik	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Popularitas konten korea di Indonesia	2
Gambar 2. Jumlah rumah makan/restoran menurut kecamatan Jakarta Timur.....	3
Gambar 3. Model Penelitian Empiris.....	25
Gambar 4. Model diagram jalur	35
Gambar 5. Store Gildak.....	40
Gambar 6. Logo Gildak.....	40
Gambar 7. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	41
Gambar 8. Karakteristik reponden berdasarkan usia	42
Gambar 9. Loading Factor	49
Gambar 10. Inner model	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian terdahulu	70
Lampiran 2 Matriks Penelitian Terdahulu	75
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 4 Data Kuesioner 100 Responden	81
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden	89
Lampiran 6 Hasil Deskriptif data penelitian	89
Lampiran 7 Hasil Outer Model	91
Lampiran 8 Inner Model	96
Lampiran 9 Hasil Turnitin.....	98