



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL DIMEDIASI SERTIFIKASI
HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM JABODETABEK**

SKRIPSI

ZIKRY RAMADHAN 1910116048

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL DIMEDIASI SERTIFIKASI
HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM JABODETABEK**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

ZIKRY RAMADHAN 1910116048

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Zikry Ramadhan

NIM : 1910116048

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

Jakarta, 19 Juni 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is a 10,000 Rupiah 'MERAI TEMPEL' (Postage Stamp) from Indonesia. It features the Garuda Pancasila emblem, the Indonesian flag, and the serial number E169CAKX422318119. The stamp is partially obscured by the signature.

(Zikry Ramadhan)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Zikry Ramadhan
NIM : 1910116048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
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:

**Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Halal Dimediasi
Sertifikasi Halal Pada Masyarakat Muslim Jabodetabek**

Beserta pangkat 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 : 19 Juni 2023

Yang Menyatakan,


(Zikry Ramadhan)

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL DIMEDIASI SERTIFIKASI HALAL
PADA MASYARAKAT MUSLIM JABODETABEK

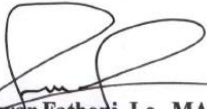

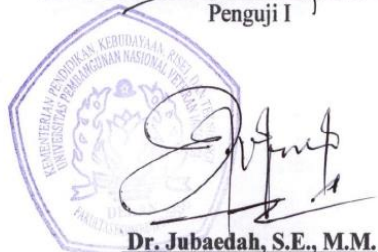

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ZIKRY RAMADHAN 1910116048

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Juni 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Tati Handayani, S.E., M.M.
Ketua Penguji


Muhammad Anwar Fathoni, Lc., MA., CDIF
Penguji I
Faizi, S.E.I., M.Si., Ph.D.
Penguji II (Pembimbing)
Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan
Ade Nur Rohim, S.H., M.El., CDIF.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Juni 2023

***Analysis of Factor Influencing Decisions to Purchase Halal Product
Mediated by Halal Certification of The Jabodetabek Muslim
Community***

By Zikry Ramadhan

Abstract

There have been many food and beverage products circulating among the muslim community but this distribution has not been followed by halal certification of their products. Considering that the majority of the population in Indonesia is a muslim, this needs to be a concern so that new products that are widely circulated can be consumed safely in accordance with Islamic law. This study aims to analyze how much influence the results of religiosity, viral marketing, and prices have on purchasing decisions for halal products for the Jabodetabek muslim community through halal certification as a mediating variable. This research method is quantitative involving 174 respondents using non-probability sampling and purposive sampling as the method. This study uses primary data collected through a google form questionnaire that is distributed via social media. Analysis technique using SEM-PLS via SmartPLS software. Research findings confirm that religiosity and viral marketing have a significant effect on the direct purchase decision of halal products, while price does not have a significant effect on the direct purchase decision of halal products. For testing halal certification as mediation is not able to mediate the relationship between the variables of religiosity, viral marketing, and price on purchasing decisions of halal products indirectly. The limitations of this study are the lack of references discussing halal certification as a mediating variable, the variables used are still limited to three independent variables, and the respondents obtained are still dominated by students and generation Z. For further research it is advisable to use independent variables other than those used in this study and embrace other respondents from the general public.

Keywords: *halal certification, price, purchase decision, religiosity, viral marketing*

Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Halal Dimediasi Sertifikasi Halal Pada Masyarakat Muslim Jabodetabek

Oleh Zikry Ramadhan

Abstrak

Sudah banyak produk makanan dan minuman yang beredar di kalangan masyarakat muslim tetapi peredaran tersebut tidak diikuti dengan sertifikasi halal produknya. Mengingat mayoritas penduduk di Indonesia merupakan seorang muslim, hal ini perlu menjadi perhatian agar produk-produk yang baru beredar luas dapat dikonsumsi independen sesuai dengan syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dari religiusitas, *viral marketing*, dan harga terhadap keputusan pembelian produk halal masyarakat muslim Jabodetabek melalui sertifikasi halal sebagai variabel mediasi. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan melibatkan 174 responden dengan pengambilan sampel *non-probability sampling* dan *purposive sampling* sebagai metodenya. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner *google form* yang disebar melalui sosial media. Teknik analisis menggunakan SEM-PLS melalui perangkat lunak SmartPLS. Temuan penelitian mengkonfirmasi bahwa religiusitas dan *viral marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal secara langsung, sementara harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal secara langsung. Untuk pengujian sertifikasi halal sebagai mediasi tidak mampu memediasi hubungan antara variabel religiusitas, *viral marketing*, dan harga terhadap keputusan pembelian produk halal secara tidak langsung. Keterbatasan penelitian ini adalah minimnya referensi yang membahas tentang sertifikasi halal sebagai variabel mediasi, variabel yang digunakan masih terbatas pada tiga variabel independen saja, serta responden yang didapat masih didominasi oleh mahasiswa dan generasi z. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel-variabel independen selain yang digunakan pada penelitian ini serta merangkul responden dari kalangan masyarakat umum lainnya.

Kata Kunci: harga, keputusan pembelian, religiusitas, sertifikasi halal, *viral marketing*



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. 2022/2023**

Hari ini Senin , tanggal 19 Juni 2023, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Zikry Ramadhan**

No.Pokok Mahasiswa : **1910116048**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Halal Dimediasi Sertifikasi Halal Pada Masyarakat Muslim Jabodetabek

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus ***)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE, MM	Ketua	1.
2	Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF.	Anggota I	2.
3	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Juni 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.

PRAKATA

Puji serta syukur kehadiran Allah swt. atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat diberikan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Halal Dimediasi Sertifikasi Halal Pada Masyarakat Muslim Jabodetabek**”. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Faizi, S.E.I., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, dan saran-saran yang membangun penelitian ini. Kepada Ibu Tati Handayani, SE., MM. selaku Ketua Penguji. Kepada Bapak Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A., CDIF selaku Penguji 1.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Ibu Kartika Sari dan Bapak Lily Suryadi selaku kedua orang tua tercinta dari penulis yang selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh kasih sayang sehingga menjadi motivasi tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya capkan terima kasih kepada Program Bidikmisi yang telah membantu administrasi perkuliahan saya. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada Rahma Andini Eriyanto, wanita spesial yang dihadirkan Tuhan sebagai pendamping hidup sampai saat ini. Kepada Muhammad Andre Rifay sebagai teman *healing*, teman-teman dari golongan 4646 Pencari Pahala (Sdr. Ahmad Muafi Ahdi, Sdr. Ahmad Muzaqi Mu'min, Sdr. Farhan Fadlirahman, Sdr. Farhan Shiddiq, Sdr. Ilham Taufik Hidayat, Sdr. M. Afif Shibghotulloh, Sdr. M. Akmal Ramadhan, dan Sdr. M. Irsyad Fadhilah) dan teman-teman lainnya yang memberikan dukungan serta masukan dalam senang dan susahny penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap, dengan dibuatnya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 19 Juni 2023

Zikry Ramadhan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1. Keputusan Pembelian	10
II.1.2 Religiusitas	11
II.1.3 <i>Viral Marketing</i>	13
II.1.4 Harga	16
II.1.5 Sertifikasi Halal	18
II.2 Penelitian Terdahulu.....	21
II.3 Model Penelitian.....	30
II.4 Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	33
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
III.1.1 Definisi Operasional.....	33
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	35
III.2 Populasi dan Sampel	36
III.2.1 Populasi	36
III.2.2 Sampel.....	36
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
III.3.1 Jenis Data	37
III.3.2 Sumber Data.....	37
III.3.3 Pengumpulan Data	38
III.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	38
III.4.1 Teknik Analisis Data.....	38
III.4.1.1 Analisis Data Deskriptif.....	39
III.4.1.2 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	40
III.4.1.3 Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	41
III.4.2 Pengujian Hipotesis.....	42
III.4.2.1 Uji T Statistik	42
III.4.2.2 Uji Mediasi.....	43
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 44
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
IV.1.1 Produk Halal (Makanan dan Minuman Halal).....	44
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	45
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	45
IV.3 Analisis Data Deskriptif.....	47
IV.4 Analisis dan Uji Hipotesis	53
IV.4.1 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	53
IV.4.1.1 Uji Validitas	53
IV.4.1.2 Uji Reliabilitas	58
IV.4.2 Model Struktural (<i>Structural Model</i>).....	59
IV.4.2.1 Uji Multikolinearitas / VIF	59
IV.4.2.2 <i>Path Coefficient</i>	60

IV.4.2.3 R-Square (R^2).....	60
IV.4.2.4 Q-Square (Q^2)	61
IV.4.2.5 <i>Effect Size</i> (F-Square)	61
IV.4.2.6 Model Fit.....	62
IV.4.3 Uji Hipotesis	63
IV.4.3.1 Uji T Statistik.....	63
IV.4.3.2 Uji Mediasi	65
IV.5 Pembahasan.....	66
IV.5.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian	66
IV.5.2 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
IV.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
IV.5.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Sertifikasi Halal	69
IV.5.5 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Sertifikasi Halal	69
IV.5.6 Pengaruh Harga Terhadap Sertifikasi Halal	69
IV.5.7 Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	70
IV.5.8 Pengaruh Mediasi Sertifikasi Halal Antara Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian	71
IV.5.9 Pengaruh Mediasi Sertifikasi Halal Antara <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	71
IV.5.10 Pengaruh Mediasi Sertifikasi Halal Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
V.1 Simpulan.....	73
V.2 Keterbatasan Penelitian	73
V.3 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penduduk Muslim Jakarta, Bogor, Depok, dan Bekasi	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3. <i>Skala Likert</i>	35
Tabel 4. Pengukuran Variabel	35
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks	40
Tabel 6. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 7. Kategori Responden Berdasarkan Kelompok Usia	46
Tabel 8. Kategori Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 9. Kategori Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	47
Tabel 10. Outer Loading 1	53
Tabel 11. Average Variance Extracted (AVE) 1	54
Tabel 12. Outer Loading 2	55
Tabel 13. Average Variance Extracted (AVE) 2	56
Tabel 14. Validitas Diskriminan	58
Tabel 15. Uji Reliabilitas	58
Tabel 16. Inner VIF	59
Tabel 17. <i>Path Coefficient</i>	60
Tabel 18. R-Square	60
Tabel 19. Q-Square	61
Tabel 20. Uji F-Square	62
Tabel 21. Model Fit	63
Tabel 22. Uji T-Statistik	63
Tabel 23. Uji Mediasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Penduduk Beragama Islam di Banten menurut Kabupaten/Kota (Desember 2021).....	4
Gambar 2. Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor (2020&2025).....	5
Gambar 3. Model Penelitian	30
Gambar 4. Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	48
Gambar 5. Jawaban Responden Terhadap Religiusitas	49
Gambar 6. Jawaban Responden Terhadap <i>Viral Marketing</i>	50
Gambar 7. Jawaban Responden Terhadap Harga	51
Gambar 8. Jawaban Responden Terhadap Sertifikasi Halal	52
Gambar 9. Outer Loading	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Data Kuesioner 174 Responden

Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 6. Hasil Output PLS

Lampiran 7. Catatan Revisi Penguji