



**FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER
BERSERTIFIKAT HALAL PADA LAYANAN *ONLINE FOOD*
DELIVERY DI JAKARTA**

SKRIPSI

AHMAD ZAHARAN RIZQULLOH 2010116002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN “ JAKARTA
2024**



**FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER
BERSERTIFIKAT HALAL PADA LAYANAN *ONLINE FOOD*
DELIVERY DI JAKARTA**

SKRIPSI

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

AHMAD ZAHNAN RIZQULLOH 2010116002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ahmad Zahran Rizqulloh

NIM : 2010116002

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

Jakarta, 4 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Ahmad Zahran Rizqulloh)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Ahmad Zahran Rizqulloh
NIM : 2010116002
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:

**Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Kuliner Bersertifikat Halal pada
Layanan *Online Food Delivery* di Jakarta**

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 : 4 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Ahmad Zahran Rizqulloh)

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER BERSERTIFIKAT HALAL PADA LAYANAN *ONLINE FOOD* *DELIVERY* DI JAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AHMAD ZAHNAN RIZQULLOH 2010116002

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 4 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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



Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.
Penguji I



Dr. Sufvati HS, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Januari 2024

***Factors That Influence the Decision to Purchase Halal Certified Culinary at
Online food delivery Services in Jakarta***

By Ahmad Zahran Rizqulloh

Abstract

Indonesia is a country with the largest total Muslim population in the world, but this does not correlate with people's halal awareness, especially in the field of halal culinary. As time goes by, it is easier for Muslim consumers to order food through online food delivery services in ordering halal-certified culinary delights. In this research, the factors examined as independent variables are green marketing, social media marketing, word of mouth and halal awareness, while the dependent variable is the decision to purchase halal certified culinary delights from online food delivery services. The aim of this research is to analyze green marketing, social media marketing, word of mouth and halal awareness regarding purchasing decisions for halal certified culinary delights in online food delivery services in Jakarta. The research method uses a quantitative descriptive approach, with primary and secondary data sources. Data collection techniques for distributing questionnaires to Muslim community respondents in Jakarta. Data analysis uses PLS with the SmartPLS application, with data testing using inner and outer models. The research results show that green marketing and social media marketing influence purchasing decisions, while word of mouth and halal awareness do not influence purchasing decisions. The implication of the research is that halal certified culinary business actors can develop the potential of halal certified culinary businesses so they can compete healthily.

Keywords: *green marketing, social media marketing, word of mouth, halal awareness, purchase decision*

**Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Kuliner Bersertifikat Halal Pada
Layanan *Online Food Delivery* Di Jakarta**

Oleh Ahmad Zahran Rizqulloh

Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan total penduduk muslim terbesar di dunia, namun hal ini tidak berkorelasi dengan kesadaran halal masyarakat, khususnya pada bidang kuliner halal. Seiring dengan berkembangnya zaman, konsumen muslim dimudahkan dalam memesan makanan melalui layanan *online food delivery* dalam memesan kuliner bersertifikat halal. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang diteliti sebagai variabel independen adalah *green marketing*, *social media marketing*, *word of mouth* dan *halal awareness*, sedangkan variabel dependent yaitu keputusan pembelian kuliner bersertifikat halal pada layanan *online food delivery*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *green marketing*, *social media marketing*, *word of mouth* dan *halal awareness* terhadap keputusan pembelian kuliner bersertifikat halal pada layanan *online food delivery* di Jakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner kepada responden masyarakat muslim di Jakarta. Analisis data menggunakan PLS dengan aplikasi SmartPLS, dengan pengujian data menggunakan *inner* dan *outer* model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* dan *social media marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan *word of mouth* dan *halal awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Implikasi dari penelitian adalah pelaku usaha kuliner bersertifikat halal dapat mengembangkan potensi kuliner bersertifikat halal agar dapat bersaing dengan sehat.

Kata kunci: *green marketing*, *social media marketing*, *word of mouth*, *halal awareness*, keputusan pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
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 GANJIL TA. 2023/2024**

Hari ini Kamis, tanggal 4 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Ahmad Zahran Rizqulloh
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116002
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER BERSERTIFIKAT HALAL
PADA LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY* DI JAKARTA"**

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

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, S.E, M.M.	Ketua	1.
2	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Anggota I	2.
3	Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 4 Januari 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi S1 Ekonomi Syariah

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

PRAKATA

Penulis panjatkan puji dan rasa syukur kepada tuhan seluruh alam Allah swt. karena dengan karunia dan rahmat-Nya penulis diberikan kemampuan dalam melakukan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “*Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Kuliner Bersertifikat Halal pada Layanan Online Food Delivery di Jakarta*”. Penulis mengungkapkan rasa terimakasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., Kepada Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UPNVJ sekaligus Dosen Pembimbing Akademik Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF, Kepada Ibu Sufyati HS, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini. Kepada Ibu Tati Handayani, SE., MM selaku ketua penguji, kepada Bapak Prima Dwi Priyatno, BA., ME selaku penguji 1 Seminar Proposal dan Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. selaku dosen penguji seminar hasil yang telah memberikan masukan serta saran dalam penulisan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dari penulis kepada Ibu Nancy Triana dan Bapak Achmad Royani selaku kedua orang tua tercinta serta Saudari Nur Rahmah Azizah selaku kakak dari penulis yang selalu memberikan doa terbaik, semangat dan dukungan dengan penuh kasih sayang sehingga penulis semakin termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada seluruh teman, kerabat, BPH Bidang Kesekretariatan dan seluruh staff, Pengurus HIMA EKSYAR dan Dewan Perwakilan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang sudah membantu dalam penyebaran dan pengisian kuesioner skripsi penulis.

Penulis berharap dengan hasil karya ilmiah ini dapat menjadi bahan referensi dan edukasi yang bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Jakarta, 4 Januari 2024

Ahmad Zahran Rizqulloh

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
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
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.2 <i>Green Marketing</i>	17
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	19
2.1.4 <i>Word Of Mouth</i>	22
2.1.5 <i>Halal Awareness</i>	24
2.1.6 Kuliner	26
2.1.7 <i>Online Food Delivery</i>	29
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	30
2.3 Model Penelitian	46

2.4	Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		48
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.1.1	Definisi Operasional	48
3.1.2	Pengukuran Variabel	49
3.2	Populasi dan Sampel	50
3.2.1	Populasi	50
3.2.2	Sampel	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data	52
3.3.1	Jenis Data	52
3.3.2	Sumber Data	52
3.3.3	Pengumpulan Data	53
3.4	Teknis Analisis Data dan Uji Hipotesis	53
3.4.1	Teknis Analisis Data	53
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif	53
3.4.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
3.4.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
3.4.5	Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	58
4.1.1	Keputusan Pembelian Pada Layanan <i>Online Food Delivery</i> di Jakarta	58
4.2	Deskripsi Data Penelitian	58
4.2.1	Deskripsi Data Responden	59
4.3	Analisis Data Deskriptif	63
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis	73
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	74
4.4.1.1	Uji Validitas	74
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	77
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	77
4.4.2.1	Uji Hipotesis	77
4.4.2.2	R-Square (R^2)	79

4.4.2.3	Prediksi Relevan (Q^2)	79
4.5	Pembahasan	80
4.5.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	80
4.5.2	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	82
4.5.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	84
4.5.4	Pengaruh <i>Halal Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Keterbatasan	88
5.3	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		90
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tingkat Pengeluaran Indonesia pada Ekonomi Islam	3
Tabel 2. Provinsi Penjual Makanan dan Minuman Terbanyak di Indonesia	4
Tabel 3. Jumlah Pelaku Usaha yang Tersetifikasi Halal	5
Tabel 4. Matriks Penelitian Sebelumnya	42
Tabel 5. Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 6. Pengukuran Variabel	50
Tabel 7. Interpretasi Nilai Presentase Responden	54
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas Nilai Croanbach's Alpha	55
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia	59
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Domisili	60
Tabel 12. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	60
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	61
Tabel 15. Karakteristik Penggunaan Sosial Media	61
Tabel 16. Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Membeli Kuliner Bersertifikat Halal	62
Tabel 17. Karakteristik Berdasarkan Platform Online Food Delivery	62
Tabel 18. Outer Loading	74
Tabel 19. Average Variance Extracted (AVE)	76
Tabel 20. Tabel Uji Reliabilitas	77
Tabel 21. Tabel Uji T	78
Tabel 22. Tabel Uji R-Square	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peringkat Negara dalam Sektor Ekonomi Syariah	2
Gambar 2. Nilai Perputaran Uang Pada Pesan Antar Makanan di Indonesia	6
Gambar 3. Nilai Transaksi Bruto <i>Online Food Delivery</i> di ASEAN	7
Gambar 4. Model Penelitian	46
Gambar 5. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	63
Gambar 6. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	65
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Social Media Marketing	67
Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap Word of Mouth	70
Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap Halal Awareness	72
Gambar 10. Output SmartPLS	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Lembar Monitoring

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Data 150 Kuesioner

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Reponden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Output Outer Model PLS

Lampiran 8. Hasil Output Model PLS