

***The Influence of Taste, Certification and Halal Awareness on
Purchase Decisions of Beverage Muslim Consumers Bubble Tea in
Jakarta***

By Dita Siti Kamila

Abstract

The halal food and beverage industry is currently developing rapidly, therefore fast food beverage companies must change the way they process the products they sell, such as making drinks bubble tea with a variety of flavors and the right level of firmness in the toppings bubble which is neither too soft nor too hard. Toughness in the topping bubble uses gelatin which is a chewing agent from animals. Therefore, halal certification is needed so that the products consumed by consumers are guaranteed to be halal so that consumers can consume it safely. This research uses quantitative methods with primary data originating from taking questionnaires to Muslim beverage consumers bubble tea Kokumi and Xi Bo Ba brands in Jakarta as many as 117 respondents. The analytical method used is multiple linear regression. The results of the partial test show that each independent variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Taste is the variable that has the most significant results in this research, namely 6,387 with a known significant result of $0.000 < 0.05$. With this research, it is hoped that beverage business actors will bubble tea increasingly developing the quality of taste, texture, and paying attention to halal certification in the products sold.

Keywords: *halal certification, halal awareness, purchasing decisions, taste.*

**Pengaruh Cita Rasa, Sertifikasi dan Kesadaran Halal Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Minuman *Bubble Tea* di
Jakarta**

Oleh Dita Siti Kamila

Abstrak

Industri makanan dan minuman halal saat ini berkembang dengan cepat, oleh karena itu perusahaan minuman cepat saji harus mengubah cara mereka dalam mengolah produk yang dijual, seperti membuat minuman *bubble tea* dengan beragam varian cita rasa serta tingkat kekenyalan yang pas pada topping *bubble* yang tidak terlalu lunak ataupun tidak keras. Kekenyalan pada topping *bubble* menggunakan bahan gelatin yang merupakan bahan pengental dari hewan. Oleh karena itu diperlukan sertifikasi halal agar produk yang akan dikonsumsi konsumen telah terjamin halal agar konsumen dapat mengkonsumsinya dengan aman. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang berasal dari pengambilan kuesioner pada konsumen muslim minuman *bubble tea* merek Kokumi dan Xi Bo Ba di Jakarta sebanyak 117 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil uji parial diketahui bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Cita rasa merupakan variabel yang memiliki hasil paling signifikan dalam penelitian ini yaitu sebesar 6.387 dengan hasil diketahui hasil signifikan $0.000 < 0,05$. Dengan adanya penelitian ini diharapkan para pelaku usaha minuman *bubble tea* semakin mengembangkan kualitas rasa, tekstur, serta memperhatikan sertifikasi halal pada produk yang dijual.

Kata Kunci: cita rasa, sertifikasi halal, keputusan pembelian, kesadaran halal, sertifikasi halal