



**PENGARUH CITA RASA, SERTIFIKASI DAN KESADARAN
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MUSLIM MINUMAN *BUBBLE TEA* DI JAKARTA**

SKRIPSI

DITA SITI KAMILA 2010116061

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



**PENGARUH CITA RASA, SERTIFIKASI DAN KESADARAN
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MUSLIM MINUMAN *BUBBLE TEA* DI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

DITA SITI KAMILA 2010116061

**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 : Dita Siti Kamila

NIM. : 2010116061

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

Jakarta, 8 Januari 2024



(Dita Siti Kamila)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

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

Nama : Dita Siti Kamila
NIM : 2010116061
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI 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 :

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

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 : 8 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Dita Siti Kamila)

SKRIPSI

**PENGARUH CITA RASA, SERTIFIKASI DAN KESADARAN
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MUSLIM MINUMAN *BUBBLE TEA* DI JAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DITA SITI KAMILA 2010116061

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 8 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



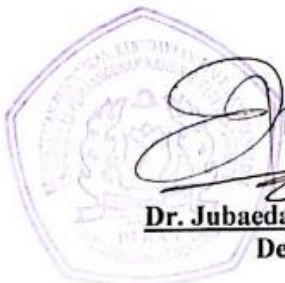

Dr. Sufvati HS, S.E, M.M.
Ketua Penguji



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



Dra. Fitri Yetty, 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

***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



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 8 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Dita Siti Kamila
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116061
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"PENGARUH CITA RASA, SERTIFIKASI DAN KESADARAN HALAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM MINUMAN *BUBBLE TEA* DI JAKARTA"**

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

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.	Ketua	1.
2	Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF	Anggota I	2.
3	Dra. Fitri Yetty, M.M.	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 8 Januari 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodi S1 Ekonomi Syariah

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Cita Rasa, Sertifikasi dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Minuman *Bubble Tea* di Jakarta”**. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, kepada Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF. selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah Program Sarjana, kepada Ibu Dra. Fitri Yetty, MM. selaku dosen pembimbing yang sudah menjadi pendukung, pengarah, serta meluangkan banyak waktu untuk membimbing peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada kedua orang tua yaitu Ibu Lela Amelia dan Bapak Jajat Muhdiat serta Kakak Della yang selalu mendoakan, memberikan dukungan serta semangat dengan penuh kasih sayang. Terima kasih kepada Andika Thomas Primadana yang telah menjadi *support system* dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada nahsa, dela, rere, jihan dan teman-teman lainnya yang telah memberikan masukan dan saran dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap dengan adanya penulisan ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 8 Januari 2024

Dita Siti Kamila

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
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	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Keputusan Pembelian	10
2.1.2. Cita Rasa	11
2.1.3. Sertifikasi Halal	13
2.1.4. Kesadaran Halal	15
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	17
2.3. Model Penelitian	22
2.4. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.1.1. Definisi Operasional	24
3.1.2. Pengukuran Variabel	24
3.2. Populasi dan Sampel	25
3.2.1. Populasi	25
3.2.2. Sampel	25
3.3. Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.1. Jenis Data	26
3.3.2. Sumber Data	27
3.3.3. Pengumpulan Data	27
3.4. Teknik Analisis Data	28
3.4.1. Analisis Deskriptif	28
3.4.2. Analisis Statistik dan Uji Hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	32
4.2. Deskripsi Data Penelitian	33
4.2.1. Deskripsi Data Responden	33
4.3. Analisis Data Deskriptif	35
4.4. Analisis dan Uji Hipotesis	36
4.4.1. Uji Validitas	36
4.4.2. Uji Reliabilitas	38
4.4.3. Uji Asumsi Klasik	38
4.4.4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.4.5. Uji Hipotesis	42
4.5. Pembahasan	43
4.5.1. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	43
4.5.2. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.5.3. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1. Simpulan	46

5.2. Keterbatasan Penelitian	46
5.3. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Statistik Jumlah Penduduk Menurut Agama di DKI Jakarta	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 3. Pengukuran Variabel	24
Tabel 4. Skala Likert	27
Tabel 5. Skala Interval	28
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	34
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan	34
Tabel 11. Data Deskriptif	35
Tabel 12. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	36
Tabel 13. Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X1)	37
Tabel 14. Uji Validitas Variabel Sertifikasi Halal (X2)	37
Tabel 15. Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal (X3)	37
Tabel 16. Uji Reliabilitas	38
Tabel 17. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	39
Tabel 18. Uji Multikolinearitas	40
Tabel 19. Uji Glesjer	41
Tabel 20. Uji Regresi Linier Berganda	41
Tabel 21. Uji t (Uji Parsial)	42
Tabel 22. Uji Koefisien Determinasi	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. PDB Industri Makanan dan Minuman tahun 2021 - 2023	1
Gambar 2. Nilai Pasar Bubble Tea di Negara-negara Asia Tenggara Tahun 2021	3
Gambar 3. Minuman Bubble Tea	4
Gambar 4. Informasi Sertifikat Halal	7
Gambar 5. Model Penelitian	22
Gambar 6. Uji Normalitas Probability Plot	39
Gambar 7. Uji Heteroskedastisitas	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Lembar *Monitoring* Bimbingan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 117 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Responden
- Lampiran 6. Output SPSS
- Lampiran 7. Informasi Sertifikat melalui Instagram Halal Kokumi
- Lampiran 8. Informasi Sertifikat Halal melalui Instagram Xiboba
- Lampiran 9. Informasi Sertifikat Halal Kokumi
- Lampiran 10. Informasi Sertifikat Halal Xi Bo Ba
- Lampiran 11. Gambar Logo dan Produk Kokumi
- Lampiran 12. Gambar Logo dan Produk Xi Bo Ba