



**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, LABELISASI
HALAL, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI RESTORAN KOREA**

SKRIPSI

ZALFA FERDILAH 2010116058

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

2024



**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, LABELISASI
HALAL, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI RESTORAN KOREA**

SKRIPSI

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

ZALFA FERDILAH 2010116058

**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 : Zalfa Ferdilah

NIM. : 2010116058

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

Jakarta, 10 Januari 2024

Yang menyatakan,



Zalfa Ferdilah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Zalfa Ferdilah
NIM : 2010116058
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Rights*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Labelisasi Halal, dan Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Restoran Korea

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 : 10 Januari 2024

Yang Menyatakan,


Zalfa Ferdilah

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, LABELISASI HALAL, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI RESTORAN KOREA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ZALFA FERDILAH 2010116058

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 10 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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



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



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si.
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 Consumer Beliefs, Halal Labelization, And Religiosity On Muslim Consumers' Purchasing Decisions In Korean Restaurants

By. Zalfa Ferdilah

ABSTRACT

Of the many Korean restaurants currently in Jakarta, not all of them have halal certification from the MUI. This is also supported by the fact that many Muslims still do not pay attention to halal awareness in the food they consume. The factors examined in this research as independent variables are consumer trust, halal labeling, and religiosity, while the dependent variable is Muslim consumers' purchasing decisions in Korean restaurants. This research aims to determine the influence of consumer trust, halal labeling, and religiosity on Muslim consumers' purchasing decisions in Korean restaurants. The method used is a quantitative descriptive approach, using primary data with data collection techniques by distributing questionnaires via social media to Muslim respondents in Jabodetabek. Data analysis uses Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS application, as well as data testing using inner models and outer models. The findings from this research show that consumer trust, halal labeling, and religiosity influence Muslim consumers' purchasing decisions in Korean restaurants. With this research, it is hoped that Korean restaurant producers will pay attention to ingredients and have halal labels to increase the number of consumers.

Keywords: consumer confidence; halal labeling; religiosity; buying decision

Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Labelisasi Halal, Dan Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Restoran Korea

Oleh Zalfa Ferdilah

ABSTRAK

Banyaknya restoran Korea yang saat ini ada di Jakarta, itu belum semuanya mempunyai sertifikasi halal dari MUI. Hal ini juga didukung dengan umat Muslim masih banyak yang belum memperhatikan tentang kesadaran halal pada makanan yang akan di konsumsi. Faktor-faktor yang diteliti pada penelitian ini sebagai variabel independen adalah kepercayaan konsumen, labelisasi halal, dan religiositas, sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen muslim di restoran Korea. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, labelisasi halal, dan religiositas terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di restoran Korea. Metode yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif, menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner melalui sosial media kepada responden muslim di Jabodetabek. Analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan aplikasi SmartPLS, serta pengujian data menggunakan *inner model* dan *outer model*. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen, labelisasi halal, dan religiositas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di restoran Korea. Adanya penelitian ini diharapkan pihak produsen restoran Korea dapat memperhatikan kandungan serta memiliki label halal untuk meningkatkan jumlah konsumen.

Kata kunci: kepercayaan konsumen; labelisasi halal; religiositas; 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 Rabu, tanggal 10 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Zalfa Ferdilah
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116058
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**" PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, LABELISASI HALAL, DAN RELIGIOSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI RESTORAN KOREA "**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF	Ketua	1.
2	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Anggota I	2.
3	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 10 Januari 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi S1 Ekonomi Syariah

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2023 dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Labelisasi Halal, Dan Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Restoran Korea”**. Pada Kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Bapak Fadhi Suko Wiryanto, S.Pd.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat. Kepada Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Ketua Penguji. Kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D selaku Penguji 1.

Di samping itu, ucapan terima kasih dan salam cinta juga disampaikan kepada orang tua penulis Ayah Fery Irawan dan Mama Nurfadilah serta kedua adik penulis Dita dan Fakhira yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, doa, dan telah dengan sabar mendengar segala keluh kesah penulis. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat Annisa Julia, Awaliyah Sabrina, dan Tania Putri dan juga teman-teman satu bimbingan atas bantuan dan semangatnya yang telah mendukung dan menemani penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.

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

Jakarta, 10 Januari 2024

Zalfa Ferdilah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRACT.....	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	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 Kepercayaan Konsumen.....	9
2.1.3 Labelisasi Halal.....	10
2.1.4 Religiositas.....	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	15
2.3 Model Penelitian.....	24
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25

3.1.1	Definisi Operasional.....	25
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	26
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.2.1	Populasi.....	27
3.2.2	Sampel.....	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1	Jenis Data	28
3.3.2	Sumber Data.....	28
3.3.3	Pengumpulan Data	29
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	29
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	29
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif	29
3.4.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	31
3.4.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	32
3.4.5	Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	34
4.1.1	Restoran Korea di Jabodetabek.....	34
4.2	Deskripsi Data Penelitian	35
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	35
4.3	Analisis Data Deskriptif	37
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis	42
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	42
4.4.1.1	Uji Validitas.....	42
4.4.1.2	Uji Realibilitas	47
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
4.4.2.1	R-Square (R ²).....	48
4.4.2.2	Model Fit.....	49
4.4.2.3	Prediksi Relevan (Q ²).....	49
4.4.3	Uji Hipotesis.....	50
4.4.3.1	Uji T-Statistik	50
4.5	Pembahasan	51

4.5.1 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	51
4.5.2 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.5.3 Pengaruh Religiositas terhadap Keputusan Pembelian.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Keterbatasan Penelitian	56
5.3 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	21
Tabel 2. Skala Likert.....	26
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	26
Tabel 4. Interpretasi dari Nilai Responden	30
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Nilai Croanch Alpha	31
Tabel 6. Kategori Responden Berdasarkan Domisili.....	35
Tabel 7. Kategori Responden Berdasarkan Kelompok Usia	36
Tabel 8. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 9. Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 10. Outer Loading 1.....	42
Tabel 11. Average Variance Extracted (AVE) 1.....	43
Tabel 12. Outer Loading 2.....	44
Tabel 13. Average Variance Extracted (AVE) 2.....	45
Tabel 14. Validitas Diskriminan	47
Tabel 15. Uji Realibitas.....	47
Tabel 16. R-Square	48
Tabel 17. Model Fit	49
Tabel 18. Uji T-Statistik.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Popularitas konten Korea di Jakarta	2
Gambar 2. Logo halal MUI	10
Gambar 3. Logo baru BPJPH.....	11
Gambar 4. Model Penelitian	24
Gambar 5. Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	38
Gambar 6. Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan Konsumen	39
Gambar 7. Tanggapan Responden terhadap Labelisasi Halal.....	40
Gambar 8. Tanggapan Responden terhadap Religiositas	41
Gambar 9. Outer Loading.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Monitoring Bimbingan

Lampiran 2. Lembar Persetujuan Sidang

Lampiran 3. Lembar Kuesioner

Lampiran 4. Data Kuesioner 150 Responden

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Output Outer Model PLS

Lampiran 8. Hasil Output Model PLS