



**PENGARUH E-WOM, PROMOSI DIGITAL, DAN *HALAL*
AWARENESS TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT
UNTUK PRODUK OBAT HERBAL HALAL DI
JABODETABEK**

SKRIPSI

FREDLY ALFARRABY 2010116035

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



**PENGARUH E-WOM, PROMOSI DIGITAL, DAN *HALAL*
AWARENESS TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT
UNTUK PRODUK OBAT HERBAL HALAL DI
JABODETABEK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

FREDLY ALFARRABY 2010116035

**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 : Fredly Alfarraby

NIM : 2010116035

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

Jakarta, 26 Juni 2024
Yang menyatakan,



(Fredly Alfarraby)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

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

Nama : Fredly Alfarraby
NIM : 2010116035
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 Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh E-Wom, Promosi Digital, dan *Halal Awareness* Terhadap Minat Beli Masyarakat untuk Produk Obat Herbal Halal di Jabodetabek

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 sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 26 Juni 2024

Yang Menyatakan,



(Fredly Alfarraby)

SKRIPSI

PENGARUH E-WOM, PROMOSI DIGITAL, DAN *HALAL AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT UNTUK PRODUK OBAT HERBAL HALAL DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FREDLY ALFARRABY 2010116035

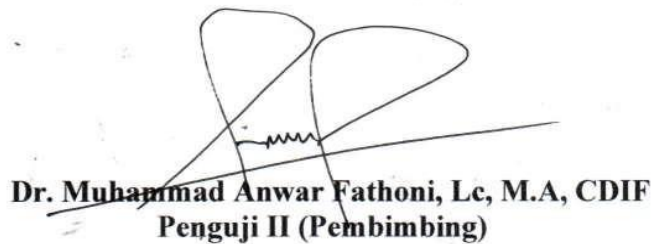
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 26 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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



Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.
Penguji I



Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
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 : 10 Juli 2024

***The Influence Of E-Wom, Digital Promotion, And Halal Awareness
On Public Purchase Intention For Halal Herbal Medicinal
Products In Jabodetabek***

By Fredly Alfarraby

Abstract

Indonesia has biodiversity that is spread across various regions. Various natural resources owned by Indonesia have been used by the community for generations as a source of herbal medicine. The source of alternative medicine at a price that is affordable by consumers makes herbal medicine a preferred choice for the community in addition to conventional medicine. Unfortunately, public interest in herbal medicine has begun to decrease, which is explained by the decline in the sales value of herbal products in one of the herbal pharmaceutical industries in Indonesia. This study uses independent variables such as E-WOM, Digital Promotion, and Halal Awareness, with the aim of seeing a relationship with the dependent variable, namely purchase intention for halal herbal medicines in the Jabodetabek area. The quantitative approach in this study produces the required data in the form of numbers. Data analysis uses multiple linear regression analysis to see the relationship between variables. The test results found that the variables of E-WOM, Digital Promotion, and Halal Awareness partially and simultaneously have a significant positive impact on purchase intention for halal herbal medicines.

Keywords: *electronic word of mouth, digital promotion, halal awareness, halal herbal medicine, purchase intention.*

Pengaruh E-Wom, Promosi Digital, dan *Halal Awareness* Terhadap Minat Beli Masyarakat untuk Produk Obat Herbal Halal di Jabodetabek

Oleh Fredly Alfarraby

Abstrak

Indonesia memiliki keanekaragaman hayati yang tersebar diberbagai wilayah. Beragam sumber daya alam yang dimiliki Indonesia dijadikan oleh masyarakat secara turun-temurun sebagai sumber pengobatan herbal. Sumber pengobatan alternatif dengan harga yang terjangkau oleh konsumen menjadikan obat herbal sebagai pilihan yang disukai masyarakat disamping obat konvensional. Sayangnya minat masyarakat pada obat herbal mulai berkurang yang dijelaskan dengan adanya penurunan nilai penjualan produk herbal pada salah satu industri farmasi herbal di Indonesia. Penelitian ini menggunakan variabel bebas seperti *E-WOM*, Promosi Digital, dan Halal Awarenesss, dengan tujuan melihat adanya hubungan terhadap variabel terikat yakni minat beli untuk obat herbal halal di daerah Jabodetabek. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini menghasilkan data yang dibutuhkan dalam bentuk angka. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda untuk melihat adanya hubungan antar variabel. Hasil pengujian menemukan variabel *E-WOM*, Promosi Digital, dan Halal Awarenesss secara parsial maupun secara simultan memiliki dampak positif signifikan terhadap minat beli untuk obat herbal halal.

Kata Kunci: *electronic word of mouth*, halal awareness, minat pembelian, obat herbal halal, promosi digital.



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. 2023/2024

Hari ini Rabu , tanggal 26 Juni 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Fredly Alfarraby**

No.Pokok Mahasiswa : **2010116035**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh E-Wom, Promosi Digital, Dan Halal Awareness Terhadap Minat Beli Masyarakat Untuk Produk Obat Herbal Halal Di Jabodetabek

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

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|---|----------------|--------------|
| 1 | Tati Handayani, SE, MM | Ketua | 1. |
| 2 | Dr. Sufyati HS, SE., MM | Anggota I | 2. |
| 3 | Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF. | Anggota II **) | 3. |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 26 Juni 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

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

PRAKATA

Puji serta syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT. karena atas berkah dan nikmat-Nya dapat diselesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh E-Wom, Promosi Digital, dan Halal Awareness Terhadap Minat Beli Masyarakat untuk Produk Obat Herbal Halal di Jabodetabek**”. Penulis mengucapkan terimakasih kepada kepada Ibu Dr Jubaedah, SE.,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah Program Sarjana. Ucapan terima kasih juga yang sebesar-besarnya kepada Bapak Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat dituntaskan hingga akhir. Selain itu saya juga berterimakasih kepada seluruh tenaga pengajar UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan saya kesempatan untuk menimba ilmu pada bangku perkuliahan dengan baik.

Tidak lupa yang paling utama, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, Basri Margas dan Nurbetti serta saudari Moudy Aminarty selaku adik dari penulis yang telah memberikan bantuan dan dukungan moral secara penuh sehingga penulis dapat merasa lebih termotivasi untuk menjalanka proses skripsi ini. Penulis juga sangat berterimakasih kepada teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2020 sebagai teman-teman seperjuangan yang memberikan dukungan, motivasi, dan saran bagi penulis dalam suka dan duka, sehingga penulis menjadi lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Kemudian penulis juga sangat berterimakasih kepada saudara penulis dari keluarga besar, Muhammad Athar Irwansyah dan Raja Admiral yang telah banyak menghibur penulis selama masa jenuh dalam proses skripsi ini, sehingga skripsi dapat dituntaskan dengan baik.

Jakarta, 22 Juni 2024

Fredly Alfarraby

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 GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Manfaat Hasil Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1. Minat Beli | 9 |
| 2.1.2. Electronic Word Of Mouth | 11 |
| 2.1.3. Promosi Digital | 13 |
| 2.1.4. Halal Awareness | 16 |
| 2.1.5. Pengobatan Era Nabi Muhammad SAW. | 19 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.3. Model Penelitian | 31 |
| 2.4. Hipotesis | 31 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 33 |
| 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 33 |
| 3.1.1. Definisi Operasional | 33 |
| 3.1.2. Pengukuran Variabel | 34 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 35 |
| 3.2.1. Populasi | 35 |
| 3.2.1. Sampel | 36 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data | 37 |
| 3.3.1. Jenis Data | 37 |
| 3.3.2. Sumber Data | 37 |
| 3.3.3. Pengumpulan Data | 38 |
| 3.4. Teknik Analisis Data | 39 |
| 3.4.1. Analisis Data Deskriptif Statistik | 40 |
| 3.4.2. Uji Validitas | 40 |
| 3.4.3. Uji Reliabilitas | 41 |
| 3.4.4. Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 3.4.5. Uji Hipotesis | 43 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 47 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian | 47 |
| 4.2. Deskripsi Data Penelitian | 49 |
| 4.2.1. Deskripsi Data Responden | 49 |
| 4.2.2. Analisis Data Deskriptif | 51 |
| 4.2.3. Uji Kualitas Data | 56 |
| 4.2.4. Uji Asumsi Klasik | 60 |
| 4.3. Uji Hipotesis dan Analisis | 63 |
| 4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda | 63 |
| 4.3.2. Uji Signifikan parsial (Uji t) | 65 |
| 4.3.3. Uji Signifikan Simultan (Uji F) | 66 |
| 4.3.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 67 |
| 4.4. Pembahasan | 68 |
| 4.4.1. Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Pembelian Obat Herbal Halal di Jabodetabek | 68 |

| | |
|--|------------|
| 4.4.2. Pengaruh Promosi Digital terhadap Minat Pembelian Obat Herbal Halal di Jabodetabek | 69 |
| 4.4.3. Pengaruh Halal Awareness terhadap Minat Pembelian Obat Herbal Halal di Jabodetabek | 71 |
| 4.4.4. Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Promosi Digital, dan Halal Awareness terhadap Minat Pembelian Obat Herbal Halal di Jabodetabek | 72 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 73 |
| 5.1. Simpulan | 73 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian | 73 |
| 5.3. Saran | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | 81 |
| RIWAYAT HIDUP | 118 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Grafik Penjualan Produk Herbal | 4 |
| Gambar 2. Model Penelitian | 31 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Persentase Penduduk yang Berobat dengan Jalan Alternatif | 1 |
| Tabel 2. Data Penjualan Produk Herbal PT Sido Muncul 10 Tahun | 3 |
| Tabel 3. Matriks Penelitian | 29 |
| Tabel 4. Pengukuran Variabel | 34 |
| Tabel 5. Skala Likert | 38 |
| Tabel 6. Interpretasi Nilai Persentase Responden | 39 |
| Tabel 7. Jenis Kelamin Responden | 49 |
| Tabel 8. Domisili Responden | 49 |
| Tabel 9. Pekerjaan Responden | 50 |
| Tabel 10. Merek Obat Herbal Halal yang diketahui Oleh Responden | 50 |
| Tabel 11. Interpretasi Nilai Persentase Responden | 51 |
| Tabel 12. Data Deskriptif Minat Beli (Y) | 51 |
| Tabel 13. Data Deskriptif E-WOM (X1) | 53 |
| Tabel 14. Data Deskriptif Promosi Digital (X2) | 54 |
| Tabel 15. Data Deskriptif Halal Awareness (X3) | 55 |
| Tabel 16. Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y) | 57 |
| Tabel 17. Hasil Uji Validitas Electronic Word Of Mouth (X1) | 57 |
| Tabel 18. Hasil Uji Validitas Promosi Digital (X2) | 58 |
| Tabel 19. Hasil Uji Validitas Halal Awareness (X3) | 58 |
| Tabel 20. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y) | 59 |
| Tabel 21. Hasil Uji Reliabilitas Electronic Word Of Mouth (X1) | 59 |
| Tabel 22. Hasil Uji Reliabilitas Promosi Digital (X2) | 60 |
| Tabel 23. Hasil Uji Reliabilitas Halal Awareness (X3) | 60 |
| Tabel 24. Hasil Uji Normalitas | 61 |
| Tabel 25. Hasil Uji Normalitas Setelah Penghilangan Outlier | 61 |
| Tabel 26. Hasil Uji Multikolinieritas | 62 |
| Tabel 27. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 63 |
| Tabel 28. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 63 |

| | |
|--|----|
| Tabel 29. Hasil Analisis Uji t | 65 |
| Tabel 30. Hasil Analisis Uji F | 67 |
| Tabel 31. Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi | 67 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Persetujuan Mengikuti Sidang

Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 4. Data Kuisisioner 160 Responden

Lampiran 5. Hasil Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Hasil Output SPSS