



**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, INFLUENCER MARKETING,  
DAN DISKON HARGA, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
POINT COFFEE DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**JIHAN ANGGRAINI 2110116011**

**PROGRAM SARJANA EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2025**



**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, INFLUENCER MARKETING,  
DAN DISKON HARGA, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
POINT COFFEE DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

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

**JIHAN ANGGRAINI 2110116011**

**PROGRAM SARJANA EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jihan Anggraini

NIM : 2110116011

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

Jakarta, 02 Januari 2025

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAI TEMPEL', and 'XJAC 67942360'. A handwritten signature is written over the stamp.

(Jihan Anggraini)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Jihan Anggraini  
NIM : 2110116011  
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 Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Sertifikasi Halal, *Influencer Marketing*, dan Diskon Harga terhadap  
Keputusan Pembelian Point Coffee 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 dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 02 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Jihan Anggraini)

**SKRIPSI**

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, *INFLUENCER*  
*MARKETING*, DAN DISKON HARGA, TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN POINT COFFEE DI JABODETABEK**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**JIHAN ANGGRAINI 2110116011**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 02 Januari 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.**  
Ketua Penguji



**Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.**  
Penguji I



**Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Juhaedah, S.E., M.M.**  
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 14 Januari 2025

***The Influence of Halal Certification, Influencer Marketing, and Price Discounts on Purchasing Decisions for Point Coffee in Jabodetabek***

**By Jihan Anggraini**

***ABSTRACT***

*The coffee industry in Indonesia is one of the sectors that continues to grow. This industry faces the challenge of increasing Muslim consumers' awareness of the importance of halal certification, amidst the growing trend of influencer marketing used by various brands to attract attention, especially among the younger generation who are active on social media, as well as discount strategies often used to drive purchase interest. However, there is still a lack of understanding regarding halal certification for coffee products, as well as strategies in the influencer marketing sector that are not yet optimal, coupled with discounts that only apply on certain platforms with confusing terms, which may reduce consumer interest in purchasing decisions. This study aims to analyze the impact of halal certification, influencer marketing, and price discounts on purchasing decisions for Point Coffee products. The population of this study is Muslim consumers in Jabodetabek who have purchased Point Coffee products. This research uses a quantitative method with probability sampling through simple random sampling, involving 100 respondents. Data analysis is conducted using SmartPLS 4.0. The results of the study show that halal certification, influencer marketing, and price discounts each have a significant impact on purchasing decisions for Point Coffee products. This study is expected to provide insights for businesses in designing more effective marketing strategies, particularly by optimizing halal certification, influencer marketing, and price discounts that are simpler and more attractive to Muslim consumers.*

**Keywords:** *Consumer, Halal certification, Industry, Influencer marketing, Price discounts*

**Pengaruh Sertifikasi Halal, *Influencer Marketing*, dan Diskon Harga,  
Terhadap Keputusan Pembelian Point Coffee di Jabodetabek**

**Oleh Jihan Angraini**

**ABSTRAK**

Industri kopi di Indonesia merupakan salah satu sektor yang terus berkembang. Industri ini menghadapi tantangan meningkatkan kesadaran konsumen muslim akan pentingnya sertifikasi halal, di tengah maraknya tren *influencer marketing* yang digunakan oleh berbagai merek untuk menarik perhatian, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial, serta strategi diskon yang kerap digunakan untuk mendorong minat beli. Namun, masih ditemukan kurangnya pemahaman akan sertifikasi halal terhadap produk kopi, serta strategi di sektor *influencer marketing* yang belum optimal, ditambah dengan diskon harga pada produk hanya berlaku di *platform* tertentu dengan syarat membingungkan, yang dapat mengurangi minat konsumen terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal, *influencer marketing*, dan diskon harga terhadap keputusan pembelian produk Point Coffee. Populasi penelitian adalah masyarakat muslim di Jabodetabek yang pernah membeli produk Point Coffee. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *probability sampling* melalui *simple random sampling*, melibatkan 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan sertifikasi halal, *influencer marketing*, dan diskon harga masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Point Coffee. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi pelaku usaha dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dengan mengoptimalkan sertifikasi halal, *influencer marketing*, dan diskon harga yang dapat menarik konsumen muslim.

**Kata Kunci:** Diskon harga, Industri, *Influencer marketing*, Konsumen, Sertifikasi halal



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](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Kamis, tanggal 02 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Jihan Anggraini

No.Pokok Mahasiswa : 2110116011

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Sertifikasi Halal, Influencer Marketing, dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Point Coffee di Jabodetabek**

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

#### Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1.
2	Prima Dwi Priyatno, B.A.,M.E.	Anggota I	2.
3	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E	Anggota II **)	3.

#### Keterangan.

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

Jakarta, 02 Januari 2025

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi, Ekonomi Syariah S.1

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



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus 2024 sampai dengan Januari 2025 dengan judul **”Pengaruh Sertifikasi Halal, Influencer Marketing, dan Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Point Coffee di Jabodetabek”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih 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 Ibu Lili Puspitasari, S.E.I, M.E. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, masukan, dan arahan yang bermanfaat untuk skripsi ini. Ucapan terima kasih juga kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.SI, Ph.D selaku ketua penguji. Lalu penulis juga berterima kasih kepada Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E. selaku penguji 1. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh tenaga pengajar di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu serta kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan studi hingga tahap akhir ini.

Terutama, rasa terima kasih yang mendalam penulis haturkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Rahmat Abadi Nasution dan Ibu Liswati, saudari Sedy Rahmawati selaku kakak dari penulis dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh kasih sayang sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk Almarhumah nenek tersayang mimih Alimah Asmin. Terima kasih kepada teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2021 dan seperjuangan penulis yang memberikan semangat dan memberikan masukan dalam senang dan susahnya menyelesaikan skripsi ini. Lalu, ucapan terima kasih juga kepada saudara Hanif Fil’Awalin yang telah sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis, membantu penulis dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Terakhir, terima kasih penulis sampaikan kepada Jihan Anggraini karena sudah kuat berjuang semaksimal mungkin untuk menyelesaikan kewajiban yang telah dipilih.

Jakarta, 02 Januari 2025

Jihan Anggraini

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Produk Halal .....	14
2.1.3 Sertifikasi Halal.....	15
2.1.4 <i>Influencer Marketing</i> .....	17
2.1.5 Diskon Harga .....	18
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Model Penelitian .....	30
2.4 Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.1.1. Definisi Operasional.....	31

3.1.2. Pengukuran Variabel.....	32
3.2. Populasi Dan Sampel .....	34
3.2.1. Populasi.....	34
3.2.2. Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1. Jenis Data .....	36
3.3.2. Sumber Data.....	36
3.3.3. Pengumpulan Data .....	36
3.4. Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1. Analisis Deskriptif .....	37
3.4.2 Model Pengukuran (Outer Model) .....	38
3.4.3 Model Struktural (Inner Model).....	39
3.5. Hipotesis.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	42
4.2.1 Deskripsi Data Responden .....	42
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	46
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis.....	58
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model) .....	58
4.4.2 Model Struktural (Inner Model).....	62
4.4.3 Uji Hipotesis .....	64
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.5.2 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	67
4.5.3 Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
5.1 Simpulan .....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.3 Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Agama di Indonesia .....	1
Tabel 2. Data 6 Bulan Terakhir <i>Influencer</i> Tiktok Point Coffee .....	6
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 4. Skala Likert .....	32
Tabel.5 Pengukuran Variabel .....	33
Tabel.6 Nilai Indeks .....	38
Tabel.7 Indeks Alfa Cronbach .....	39
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	43
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Domisili .....	43
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan .....	45
Tabel 14. Sudah Berapa Kali Membeli Produk Point Coffee .....	46
Tabel 15. Interpretasi Nilai Presentase Responden .....	47
Tabel 16. Outer Loading .....	58
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE).....	61
Tabel 18. Uji Realibilitas .....	61
Tabel 19. R-Square.....	63
Tabel 20. Uji T Statistik .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peringkat Global Islamic Economy Indicator (2023) .....	2
Gambar 2. Jumlah Penduduk Wilayah Jabodetabek .....	3
Gambar 3. Jumlah Produk Bersertifikasi Halal (2024).....	4
Gambar 4. Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	5
Gambar 5. Model Penelitian .....	30
Gambar 6 Outlet dan Logo Point Coffee .....	41
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	47
Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap Sertifikasi Halal .....	51
Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap <i>Influencer Marketing</i> .....	53
Gambar 10. Tanggapan Responden Terhadap Diskon Harga.....	56
Gambar 11. Outer Loading .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1

Lampiran 2

Lampiran 3

Lampiran 4

Lampiran 5

Lampiran 6

Lampiran 7

Lampiran 8