



**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KULINER HALAL UMKM TANGERANG SELATAN  
DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

**DAYANAH MUTIARANI RAHAYU 2110116018**

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

**2025**



**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KULINER HALAL UMKM TANGERANG SELATAN  
DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**DAYANAH MUTIARANI RAHAYU 2110116018**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dayanah Mutiarani Rahayu

NIM : 2110116018

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

Jakarta, 8 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Dayanah Mutiarani Rahayu)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Dayanah Mutiarani Rahayu  
NIM : 2110116018  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah  
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Faktor – Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kuliner Halal  
UMKM Tangerang Selatan dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi**

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 : 8 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Dayanah Mutiarani Rahayu)

**SKRIPSI**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KULINER HALAL UMKM TANGERANG SELATAN  
DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

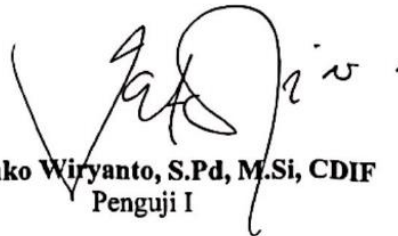
*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**DAYANAH MUTIARANI RAHAYU 2110116018**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 08 Januari 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



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



**Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF**  
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 : 14 Januari 2025

***Factors that Influence the Decision to Purchase Halal Culinary for South  
Tangerang MSMEs with Consumer Attitudes as a Mediating Variable***

**By Dayanah Mutiarani Rahayu**

**Abstract**

*The Indonesian population, which is predominantly Muslim, also includes consumers and producers of halal culinary delights, should ensure the halalness of the products they consume, but in South Tangerang there are still many culinary MSMEs that do not provide official halal labels or even attach their own halal labels. This indicates that awareness of the importance of halal supply chains is still relatively low. Therefore, this study was conducted to determine the influence of halal supply chain, halal awareness, and halal labels on purchasing decisions about halal culinary in South Tangerang MSMEs, mediated by consumer attitudes. Quantitative methods were used in this study. Data collection was obtained by distributing questionnaires via Google Form to 230 Muslim consumers who had consumed halal culinary delights in South Tangerang MSMEs. Data analysis with Smart-PLS. This research provides results that consumer attitudes are unable to mediate the relationship between halal supply chain, halal awareness, and halal labels on purchasing decisions. However, from direct testing, the halal supply chain variables and halal awareness have a significant positive effect on consumer attitudes. The halal label variable also has a significant positive effect on purchasing decisions. Therefore, in order to increase the number of buyers, culinary MSME entrepreneurs must ensure that the products they sell are halal certified and carry a halal label.*

**Keywords:** *consumer attitudes, halal awareness, halal labels, halal supply chain, purchasing decisions*

**Faktor – Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kuliner Halal  
UMKM Tangerang Selatan dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel  
Mediasi**

**Oleh Dayanah Mutiarani Rahayu**

**Abstrak**

Penduduk Indonesia yang merupakan mayoritas Muslim, juga termasuk konsumen dan produsen kuliner halal, seharusnya memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi, tetapi di Tangerang Selatan masih banyak UMKM kuliner yang tidak memberikan label halal resmi atau bahkan menempelkan label halal sendiri. Hal ini mengindikasikan kesadaran akan pentingnya rantai pasok halal masih terbilang rendah. Oleh karena itu, studi ini dilakukan guna mengetahui pengaruh *halal supply chain*, kesadaran halal, dan label halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal pada UMKM Tangerang Selatan dengan mediasi sikap konsumen. Metode kuantitatif digunakan pada studi ini. Pengumpulan data diperoleh dengan penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan responden sejumlah 230 konsumen Muslim yang telah mengonsumsi kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan. Analisis data dengan Smart-PLS. Penelitian ini memberikan hasil bahwa sikap konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara *halal supply chain*, kesadaran halal, dan label halal terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, dari pengujian langsung, variabel *halal supply chain* dan kesadaran halal berpengaruh positif signifikan atas sikap konsumen. Variabel label halal pun berpengaruh positif signifikan atas keputusan pembelian. Oleh karena itu, guna meningkatkan jumlah pembeli, maka pelaku usaha UMKM kuliner harus memastikan bahwa produk yang mereka jual sudah tersertifikasi halal dan mencantumkan label halal.

**Kata kunci :** *halal supply chain*, keputusan pembelian, kesadaran halal, label halal, sikap konsumen



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 Rabu , tanggal 08 Januari 2025, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Dayanah Mutiarani Rahayu**

No.Pokok Mahasiswa : **2110116018**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER HALAL UMKM TANGERANG SELATAN DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

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

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1. .... 
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd.,M.Si.,CDIF	Anggota I	2. .... 
3	Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF.	Anggota II **)	3. .... 

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 08 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

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



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. karena atas berkah dan Rahmat-Nya, penulis diberikan kemampuan dan kesanggupan dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “*Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kuliner Halal UMKM Tangerang Selatan dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi*” yang dilaksanakan sejak Agustus 2024 sampai dengan Januari 2025. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ Ibu Dr. Jubaedah, S.E, M.M., Kepada Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF, kepada dosen pembimbing penulis, Bapak Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF, yang senantiasa telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi. Kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.S.I, Ph.D. selaku Ketua Penguji, serta kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF selaku Penguji 1 yang telah memberikan masukan serta saran dalam penulisan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua penulis, Ibu Kusriana dan Bapak Agus Triono Putro, serta kepada nenek penulis, Almh. Sukastiyah yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat penulis juga teman-teman satu bimbingan penulis, seperti Juliana, Safina, Kevin, dan Ilham, serta teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang senantiasa membersamai penulis dalam suka duka penyusunan skripsi ini. Penulis berharap dengan dibuatnya skripsi ini, dapat menjadi manfaat bagi semua yang membacanya.

Jakarta, 8 Januari 2025

Dayanah Mutiarani Rahayu

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
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
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>12</b>
2.1. Landasan Teori .....	12
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2. Sikap Konsumen .....	15
2.1.3. <i>Halal Supply Chain</i> .....	17
2.1.4. Kesadaran Halal .....	20
2.1.5. Label Halal .....	23
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3. Model Penelitian .....	35
2.4. Hipotesis.....	35

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>37</b>
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.1.1. Definisi Operasional.....	37
3.1.2. Pengukuran Variabel .....	38
3.2. Populasi dan Sampel .....	40
3.2.1. Populasi .....	40
3.2.2. Sampel.....	40
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.3.1. Jenis Data .....	41
3.3.2. Sumber Data.....	41
3.3.3. Pengumpulan Data .....	42
3.4. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	42
3.4.1. Teknik Analisis Data .....	42
3.4.2. Analisis Data Deskriptif.....	43
3.4.3. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	44
3.4.4. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	45
3.4.5. Pengujian Hipotesis.....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>49</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2. Deskripsi Data Penelitian.....	50
4.2.1. Deskripsi Data Responden .....	50
4.2.2. Analisis Deskriptif.....	54
4.3. Uji Hipotesis dan Analisis.....	61
4.3.1. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	61
4.3.2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	69
4.3.3. Uji Hipotesis .....	73
4.4. Pembahasan.....	77
4.4.1. Pengaruh <i>Halal Supply Chain</i> terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan.....	77
4.4.2. Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	79

4.4.3. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	80
4.4.4. Pengaruh <i>Halal Supply Chain</i> terhadap Sikap Konsumen dalam Membeli Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	82
4.4.5. Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Sikap Konsumen dalam Membeli Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	84
4.4.6. Pengaruh Label Halal terhadap Sikap Konsumen dalam Membeli Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan.....	85
4.4.7. Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	87
4.4.8. Pengaruh Mediasi Sikap Konsumen antara <i>Halal Supply Chain</i> terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	88
4.4.9. Pengaruh Mediasi Sikap Konsumen antara Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	89
4.4.10. Pengaruh Mediasi Sikap Konsumen antara Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan .....	90
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>92</b>
5.1. Simpulan .....	92
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	92
5.3. Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah UMKM Menurut Kecamatan.....	7
Tabel 2. Perbandingan Jumlah UMKM di Banten dengan Jumlah Industri Kuliner yang telah Bersertifikat Halal di Banten Tahun 2022 .....	7
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	32
Tabel 4. Skala Likert .....	39
Tabel 5. Indikator Variabel .....	39
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks .....	44
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha .....	45
Tabel 8. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 9. Kategori Responden berdasarkan Kelompok Usia.....	51
Tabel 10. Kategori Responden berdasarkan Kategori Pekerjaan .....	51
Tabel 11. Kategori Responden berdasarkan Penghasilan.....	52
Tabel 12. Kategori Responden berdasarkan Domisili.....	52
Tabel 13. Kategori Responden berdasarkan Pengalaman Mengonsumsi Kuliner Halal di UMKM Tangerang Selatan.....	53
Tabel 14. <i>Outer Loading</i> 1 .....	61
Tabel 15. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) 1.....	63
Tabel 16. <i>Outer Loading</i> 2 .....	65
Tabel 17. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) 2.....	66
Tabel 18. Validitas Diskriminan 1 .....	68
Tabel 19. Validitas Diskriminan 2 .....	68
Tabel 20. Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 21. <i>Path Coefficients</i> .....	70
Tabel 22. <i>R-Square</i> .....	70
Tabel 23. <i>Q-Square</i> .....	71
Tabel 24. <i>F-Square</i> .....	72
Tabel 25. Model Fit.....	73
Tabel 26. Uji T-Statistik .....	74
Tabel 27. Uji Mediasi .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Negara Konsumen Makanan dan Minuman Halal Terbesar di Dunia..	2
Gambar 2. Model Penelitian .....	35
Gambar 3. Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal UMKM Tangerang Selatan .....	55
Gambar 4. Jawaban Responden terhadap <i>Halal Supply Chain</i> .....	56
Gambar 5. Jawaban Responden terhadap Kesadaran Halal .....	57
Gambar 6. Jawaban Responden terhadap Label Halal.....	58
Gambar 7. Jawaban Responden terhadap Sikap Konsumen .....	60
Gambar 8. <i>Outer Loading 1</i> .....	64
Gambar 9. <i>Outer Loading 2</i> .....	67

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Data Kuesioner 230 Responden

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Hasil *Output* Smart-PLS