



**PENGARUH KESADARAN HALAL, E-WOM, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI KEDAI DI JABODETABEK**

SKRIPSI

RAISA NUR RADHIYAH 2110116040

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

2025



**PENGARUH KESADARAN HALAL, E-WOM, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI KEDAI DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

RAISA NUR RADHIYAH 2110116040

**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 yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Raisa Nur Radhiyah

NIM : 2110116040

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

Jakarta, 06 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Raisa Nur Radhiyah)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Raisa Nur Radhiyah
NIM : 2110116040
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 Kesadaran Halal, E-WOM, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kedai 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 : 06 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Raisa Nur Radhiyah)

The Influence of Halal Awareness, E-WOM, and Product Quality on Coffee Shop Purchasing Decisions in Jabodetabek

By Raisa Nur Radhiyah

Abstract

Approximately 66% of Indonesians prefer purchasing coffee from coffee shops rather than brewing it at home. This data highlights that coffee consumption has become an integral part of Indonesians' daily routines, whether to accompany activities or to relax. However, around 29.2% of coffee products remain uncertified as halal, despite rising demand. This raises concerns about the safety of coffee consumption. Growing competition among coffee shops drives them to continually innovate to attract customers. Voluntary customer reviews about the coffee they purchase are another factor influencing their buying decisions. This study aims to examine how halal awareness, E-WOM, and product quality affect consumer decisions to buy coffee from coffee shops in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). A quantitative research approach was employed, involving 190 respondents. Data collection was conducted using questionnaires, analyzed through PLS (Partial Least Squares) analysis. The findings reveal that halal awareness and product quality significantly impact consumer purchasing decisions. Conversely, the E-WOM variable does not show an effect on the decision to buy coffee from coffee shops in Jabodetabek. These findings imply the need for coffee shops to reassess their marketing strategies to build consumer trust and enhance product appeal.

Keywords: *coffee shop, E-WOM, halal awareness, product quality, purchasing decisions*

Pengaruh Kesadaran Halal, *E-WOM*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kedai di Jabodetabek

Oleh Raisa Nur Radhiyah

Abstrak

Sebesar 66% masyarakat Indonesia lebih memilih untuk membeli kopi kedai dibandingkan harus menyeduh kopi di rumah. Data ini menunjukkan kebiasaan minum kopi masyarakat Indonesia telah menjadi bagian dari rutinitas harian untuk menemani aktivitas maupun untuk merelaksasi diri. Namun, sekitar 29,2% produk kopi tidak tersertifikasi halal, meskipun permintaan meningkat. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang keamanan konsumsi produk kopi. Semakin banyak persaingan di antara kedai kopi mendorong mereka untuk terus berinovasi untuk menarik pelanggan. Ulasan sukarela dari pelanggan tentang kopi yang mereka beli adalah faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kesadaran halal, E-WOM, dan kualitas produk memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli kopi kedai di Jabodetabek. Pendekatan riset ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 190 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan pendekatan analisis PLS. Hasil studi memperlihatkan bahwa variabel kesadaran halal dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya, variabel E-WOM tidak menunjukkan pengaruh terhadap keputusan pembelian kopi kedai di Jabodetabek. Hal ini berimplikasi kepada evaluasi ulang strategi pemasaran kopi kedai sehingga kepercayaan produk dapat dibangun.

Kata kunci: E-WOM, keputusan pembelian, kesadaran halal, kopi kedai, kualitas produk

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN HALAL, E-WOM, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KEDAI DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RAISA NUR RADHIYAH 2110116040

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 06 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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



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



Tati Handayani, S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025



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

Hari ini Senin , tanggal 06 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Raisa Nur Radhiyah**

No.Pokok Mahasiswa : **2110116040**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Kesadaran Halal, E-WOM, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kedai di Jabodetabek

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus**)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Sufyati HS, SE., MM	Ketua	1.
2	Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.	Anggota I	2.
3	Tati Handayani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprod. Ekonomi Syariah S.1

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kesadaran Halal, E-WOM, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kedai di Jabodetabek”. Penulis ucapkan terima kasih kepada 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 Tati Handayani, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kritik, saran, masukan, dan arahan yang bermanfaat bagi keberlanjutan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga kepada Dr. Sufyati HS, S.E, M.M selaku ketua penguji. Lalu penulis juga berterima kasih kepada Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku penguji 1. Kepada Civitas Akademika UPN “Veteran” Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di perguruan tinggi hingga selesai.

Ucapan terima kasih dari penulis kepada orang tua dan kakak tercinta, yaitu Ibu Henito Sumiyati dan Bapak Soegiarto serta Mbak Shafa Nur Luthfiyah yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga untuk diri sendiri karena telah mampu bertahan dan juga berproses hingga saat ini untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.

Jakarta, 6 Januari 2025

Raisa Nur Radhiyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Kesadaran Halal	14
2.1.3 Electronic Word Of Mouth	16
2.1.4 Kualitas Produk	17
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Model Penelitian	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional Pengukuran Variabel.....	32
3.1.1 Variabel Dependen (Y)	32
3.1.2 Variabel Independen (X)	32
3.1.3 Pengukuran Variabel	33

3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1	Jenis Data	35
3.3.2	Sumber Data	35
3.3.3	Pengumpulan Data	36
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	36
3.4.1	Teknik Analisis Data	36
3.4.2	Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	41
4.1.1	Keputusan Pembelian Kopi Kedai Di Jabodetabek	41
4.2	Deskripsi Data Penelitian	41
4.2.1	Deskripsi Data Responden	42
4.3	Analisis Data Deskriptif	45
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis	52
4.4.1	Model pengukuran (Outer Model)	52
4.4.2	Model Struktural (Inner Model)	57
4.4.3	Uji Hipotesis	59
4.5	Pembahasan	61
4.5.1	Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian	61
4.5.2	Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian	62
4.5.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		66
5.1	Simpulan	66
5.2	Keterbatasan Penelitian	66
5.3	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		69
RIWAYAT HIDUP		75
LAMPIRAN		77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Merek Kopi Lokal Favorit Masyarakat Indonesia	1
Tabel 2 Matriks Penelitian	25
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4. Skala Likert.....	34
Tabel 5 Interpretasi dari Nilai Responden	38
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	42
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	43
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan wilayah Domisili	43
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Kopi Kedai yang Dikonsumsi .	44
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian Kopi Kedai.	44
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian dalam Sebulan.....	45
Tabel 13. Tabel Outer Loading	53
Tabel 14. Average variance extracted (AVE)	56
Tabel 15. Uji Reliabilitas	56
Tabel 16. Hasil R Square	57
Tabel 17. Model Fit.....	58
Tabel 18. Uji T Statistik.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Preferensi Masyarakat terhadap penyajian Kopi.....	2
Gambar 2. Intensitas Masyarakat Mengonsumsi Kopi Dalam 1 Hari	3
Gambar 3. Angka Penerbitan Sertifikasi Halal Industri Makanan Dan Minuman Per Tahun	4
Gambar 4. Model Penelitian	30
Gambar 5. Indeks Keputusan Pembelian	46
Gambar 6. Indeks Kesadaran Halal.....	48
Gambar 7. Indeks E-WOM	49
Gambar 8. Indeks Kualitas Produk	50
Gambar 10. Outer Model	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Lembar Monitoring
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data 190 Kuesioner
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS