



**PENGARUH LABEL HALAL, RELIGIOSITAS, DAN *KEY OPINION*
LEADER (KOL) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN RESTORAN KOREA DI JABODETABEK**

SKRIPSI

SEKAR SHABRINA PURNOMO 2110116045

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



**PENGARUH LABEL HALAL, RELIGIOSITAS, DAN *KEY OPINION*
LEADER (KOL) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN RESTORAN KOREA DI JABODETABEK**

SKRIPSI

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

SEKAR SHABRINA PURNOMO 2110116045

**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 : Sekar Shabrina Purnomo

NIM : 2110116045

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

Jakarta, 31 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Sekar Shabrina Purnomo)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Sekar Shabrina Purnomo
NIM : 2110116045
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 Label Halal, Religiositas, dan *Key Opinion Leader* (KOL) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Korea 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 : 31 Desember 2024

Yang Menyatakan,



(Sekar Shabrina Purnomo)

SKRIPSI

PENGARUH LABEL HALAL, RELIGIOSITAS, DAN *KEY OPINION LEADER* (KOL) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN RESTORAN KOREA DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SEKAR SHABRINA PURNOMO 2110116045

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 31 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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



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



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



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 Label, Religiosity, and Key Opinion Leaders (KOL) on Consumer Purchase Decisions in Korean Restaurants In Jabodetabek

By Sekar Shabrina Purnomo

Abstract

South Korean culture has a significant influence in several countries, including Indonesia, as reflected in the growing popularity of South Korean cuisine among the public. Based on data, the popularity of South Korean food in Indonesia reached 58.3% in 2023. However, the Top Brand Index data indicates that, apart from Mujigae Resto, other Korean restaurants have low awareness levels from 2021 to 2024. The potential of key opinion leaders (KOL) to enhance consumer attention and engagement on social media has not been fully utilized. This study aims to analyze the influence of halal certification, religiosity, and key opinion leaders on consumers' purchasing decisions for Korean restaurants in the Jabodetabek area. The research employs a quantitative method with descriptive data analysis using Partial Least Square (PLS) through the SmartPLS 4.0 software and involves 100 Muslim respondents residing in Jabodetabek. The findings of this study indicate that halal certification, religiosity, and key opinion leaders significantly influence consumers' purchasing decisions for Korean restaurants. The implication of the research is that producers should pay greater attention to the importance of halal certification and optimize KOL strategies to enhance consumer purchasing decisions.

Keywords: *purchase decision, key opinion leader, halal label, religiosity*

Pengaruh Label Halal, Religiositas, dan *Key Opinion Leader* (KOL) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Korea di Jabodetabek

Oleh Sekar Shabrina Purnomo

Abstrak

Budaya Korea Selatan mempunyai pengaruh yang cukup besar di beberapa negara, salah satunya di Indonesia, yang tercermin dari semakin populernya makanan khas Korea Selatan di kalangan masyarakat. Berdasarkan data popularitas makanan Korea Selatan di Indonesia pada tahun 2023 yang mencapai 58,3%. Namun, data Top Brand Index menunjukkan bahwa, selain Mujigae Resto, restoran lainnya memiliki tingkat awareness yang rendah dari tahun 2021 hingga 2024. Potensi *key opinion leader* dalam meningkatkan perhatian dan keterlibatan konsumen di media sosial belum dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, religiositas, dan *key opinion leader* terhadap keputusan pembelian konsumen restoran Korea di Jabodetabek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis data deskriptif menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS 4,0 dan dilakukan pada 100 responden beragama Muslim yang berdomisili di Jabodetabek. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwasannya label halal, religiositas, dan *key opinion leader* berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen di restoran Korea. Implikasi dari penelitian adalah pihak produsen memperhatikan pentingnya label halal dan optimalisasi strategi KOL yang tepat agar meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: keputusan pembelian, *key opinion leader*, label halal, religiositas



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. 2024/2025

Hari ini Selasa, tanggal 31 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Sekar Shabrina Purnomo

No.Pokok Mahasiswa : 2110116045

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Label Halal, Religiositas, dan Key Opinion Leader (KOL) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Korea di Jabodetabek

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.	Ketua	1.
2	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 31 Desember 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Ekonomi Syariah S.1

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

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul **”Pengaruh Label Halal, Religiositas, dan Key Opinion Leader (KOL) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Korea di Jabodetabek”** berhasil diselesaikan. Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan maksud guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian tingkat sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN ”Veteran” Jakarta. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Bapak Ade Nur Rohim, M.E.I., CDIF selaku Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah UPN ”Veteran” Jakarta, Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan serta saran yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.

Selain itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada orang tua peneliti, Ibu Rachmawati dan Bapak Herry Purnomo serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih juga kepada kerabat terdekat peneliti Fariz, Intan, Nazwa, dan Vienna yang dengan sabar mendengarkan keluhan peneliti dan menemani hingga penelitian ini selesai. Kepada teman-teman yang telah menemani perjuangan semasa perkuliahan dari awal hingga akhir, yakni Audi, Safira, Refi, Juliana, Nisa, Jasmine, dan Salim. Serta kepada seluruh teman-teman lainnya yang selalu memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi para pembaca di masa yang akan datang.

Jakarta, 31 Desember 2024

Sekar Shabrina Purnomo

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	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 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Label Halal	13
2.1.3 Religiositas	15
2.1.4 Key Opinion Leader (KOL)	17
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	20

2.3 Model Penelitian	31
2.4 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data	37
3.3.3 Pengumpulan Data	37
3.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	37
3.4.2 Teknik Analisis Data	39
3.4.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
3.4.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
3.4.5 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
4.2 Deskripsi Data Penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Data Responden	45
4.3 Analisis Data Deskriptif	51
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis	57
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
4.4.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	61
4.4.3 Uji Hipotesis	63
4.4 Pembahasan	64

4.4.1 Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	64
4.4.2 Pengaruh Religiositas terhadap Keputusan Pembelian	66
4.4.3 Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
RIWAYAT HIDUP	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Penduduk Muslim di Jabodetabek Tahun 2022	3
Tabel 2. Survei Top Brand Index Restoran Korea	4
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 4. Skala Likert	33
Tabel 5. Indikator Pengukuran Variabel	34
Tabel 6. Interpretasi Nilai Persentase Responden	39
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha	41
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Resto Korea	50
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli	51
Tabel 16. Outer Loading	58
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 18. Uji Reliabilitas	60
Tabel 19. R-Square	61
Tabel 20. Uji T Statistik	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Popularity of South Korean Cuisine Woldwide 2023	2
Gambar 2. KOL Benchmark Review 2021	6
Gambar 3. Logo Halal	15
Gambar 4. Model Penelitian	31
Gambar 5. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	52
Gambar 6. Tanggapan Responden Terhadap Label Halal	54
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Religiositas	55
Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap Key Opinion Leader	57
Gambar 9. Output SmartPLS	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	83
Lampiran 2. Lembar Monitoring	84
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 4. Data Kuesioner 100 Responden	91
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	105
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif	108
Lampiran 7. Output Outer Model PLS	109
Lampiran 8. Hasil Output Model PLS	110