



**PENGARUH LITERASI HALAL, KUALITAS PRODUK,
LOYALITAS KONSUMEN, DAN SERTIFIKASI HALAL
TERHADAP PENINGKATAN OMZET UMKM DI BANTEN**

SKRIPSI

MUHAMMAD FARHAN 2110116074

PROGRAM SARJANA EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2025



**PENGARUH LITERASI HALAL, KUALITAS PRODUK,
LOYALITAS KONSUMEN, DAN SERTIFIKASI HALAL
TERHADAP PENINGKATAN OMZET UMKM DI BANTEN**

SKRIPSI

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

MUHAMMAD FARHAN 2110116074

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 : Muhammad Farhan

NIM 2110116074

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

Jakarta, 07 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Farhan)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Farhan
NIM : 2110116074
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Literasi Halal, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Omzet Umkm Di Banten

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 : 07 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Farhan)



SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI HALAL, KUALITAS PRODUK,
LOYALITAS KONSUMEN, DAN SERTIFIKASI HALAL
TERHADAP PENINGKATAN OMZET UMKM DI BANTEN**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD FARHAN 2110116074

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 07 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
Ketua Penguji



Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.
Penguji I



Dra. Fitri Yetty, M.M.
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

***THE INFLUENCE OF HALAL LITERACY, PRODUCT QUALITY,
CONSUMER LOYALTY, AND HALAL CERTIFICATION ON THE SUCCESS
OF INCREASING MSME TURNOVER IN THE BANTEN REGION***

By Muhammad Farhan

ABSTRACT

MSMEs play a significant role in Indonesia's economic growth. In Banten Province, MSMEs have become one of the industries driving economic growth, especially amid global economic challenges. However, despite the significant number of MSMEs in Banten, many business actors still face challenges in increasing their revenue. This study aims to analyze the influence of halal literacy, product quality, consumer loyalty, and halal certification on the revenue growth of MSMEs in the Banten region. Using a quantitative approach and Smart-PLS, the population of this study consists of all culinary MSME operators in the Banten region. Sampling was conducted using non-probability sampling with purposive sampling. This study involved 110 respondents who met the criteria: MSMEs located in the Banten region, MSMEs operating in the culinary sector, and MSMEs that have been operating for at least one year. The hypothesis testing results found that halal literacy, product quality, consumer loyalty, and halal certification significantly influence and ultimately contribute to the revenue growth of MSMEs. The findings of this study highlight the importance of understanding and applying halal concepts in business activities, consistent improvement in product quality, and ownership of halal certification to strengthen consumer trust. Strategic recommendations are provided for MSME operators, the government, and related institutions to enhance the competitiveness of MSMEs sustainably.

Keywords: *Product Quality, Halal Literacy, Consumer Loyalty, MSME Revenue Growth, Halal Certification.*

PENGARUH LITERASI HALAL, KUALITAS PRODUK, LOYALITAS KONSUMEN, DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP PENINGKATAN OMZET UMKM DI BANTEN

Oleh Muhammad Farhan

ABSTRAK

UMKM memiliki peran signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, di provinsi Banten, UMKM telah menjadi salah satu industri yang berperan dalam penggerak pertumbuhan ekonomi, terutama di tengah tantangan ekonomi global. Namun, meskipun jumlah UMKM di Banten cukup signifikan, masih banyak pelaku usaha yang mengalami kendala dalam meningkatkan omzet mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi halal, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan sertifikasi halal terhadap peningkatan omzet UMKM di wilayah Banten. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan Smart-PLS, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner di wilayah Banten, Pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan 110 responden dengan kriteria UMKM di wilayah Banten, UMKM yang bergerak di sektor kuliner, dan UMKM yang telah beroperasi minimal 1 tahun. Hasil uji hipotesis menemukan bahwa literasi halal, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan sertifikasi halal secara signifikan memengaruhi dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan omzet UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya pemahaman dan penerapan konsep halal dalam kegiatan usaha, peningkatan kualitas produk yang konsisten, dan kepemilikan sertifikasi halal untuk memperkuat kepercayaan konsumen. Rekomendasi strategis diberikan untuk pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga terkait guna meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Literasi Halal, Loyalitas Konsumen, Peningkatan Omzet UMKM, Sertifikasi Halal

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Halal, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Omzet UMKM di Banten”. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A., CDIF. Selaku Ketua Penguji, Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. Selaku Penguji 1, dan Terima kasih kepada Ibu Dra. Fitri Yetty, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran terhadap penelitian.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Ibu Nuriyah HS, dan Bapak Sumardi selaku kedua orang tua tercinta dari penulis yang selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh kasih sayang sehingga menjadi motivasi tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih pula kepada Sdri. Indah Putri Jamanti selaku sahabat saya yang terus memberikan dukungan dengan tulus untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas. Tidak lupa penulis ucapkan kepada Ibu Fatimah Husain selaku Ibunda dari Indah Putri Jamanti yang juga selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi, Serta Kepada Kak Putri, Mas Ammar, Kak Mersel, Selaku Kakak-Kakak tercinta dari penulis yang selalu mendukung dengan sepenuh hati. Selain itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada teman-teman Bimbingan Skripsi 2024 dan teman-teman Bidang Minat & Bakat Hima Ekonomi Syariah 2024 yang selalu kebersamai penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulis berharap dengan dibuatnya penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 7 Januari 2025

Muhammad Farhan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
HALAMAN JUDUL	II
PERNYATAAN ORISINALITAS	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	IV
ABSTRACT	IV
ABSTRAK	V
PRAKATA	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
Tabel 1. Jumlah UMKM	1
Tabel 2. Masyarakat Muslim di Banten	3
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Peningkatan Omzet UMKM	8
2.1.2 Literasi Halal	10
2.1.3 Kualitas Produk	12
2.1.4 Loyalitas Konsumen	14
2.1.5 Sertifikasi Halal	16
2.2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	27
2.3 Model Penelitian	33
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Definisi Operasional	35
3.1.2 Pengukuran Variabel	36
Tabel 4. Skala Likert	36
Tabel 5. Pengukuran Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Jenis data	39
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.4.1 Teknik Analisis	40
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	40
Tabel 6. Nilai Indeks	41
3.4.3 Model Pengukuran (Outer Model)	42
Tabel 7. Nilai Cronbach's Alpha	43
3.4.4 Model Struktural (Inner Model)	43
3.4.5 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Deskripsi Data Penelitian	46
4.2.1 Deskripsi Data Responden	46
Tabel 8 Karakteristik Jenis Kelamin	47
Tabel 9 Karakteristik Domisili UMKM	47
Tabel 10 Karakteristik Usia	48
Tabel 11 Karakteristik Jenis Usaha	48
Tabel 12 Karakteristik Produk Dijual	48
Tabel 13 Karakteristik Lama Berjualan	49
Tabel 14 Karakteristik Pendapatan	49
Tabel 15 Karakteristik Paham Kewajiban	50
Tabel 16 Karakteristik Sertifikasi Halal	50
4.3 Uji Hipotesis	50
4.3.1 Analisis Data Deskriptif	50
Tabel 17 Nilai Indeks	51
a) Analisis Peningkatan Omzet UMKM	51
b) Analisis Indeks Literasi Halal (X1)	52

c) Analisis Indeks Kualitas Produk (X2)	53
d) Analisis Indeks Loyalitas Konsumen (X3)	54
e) Analisis Indeks Sertifikasi Halal (X4)	55
4.3.2 Outer Model	56
4.3.3 Inner Model	60
4.3.4 Uji Hipotesis	61
4.4 Pembahasan	62
4.4.1 Pengaruh Literasi Halal Terhadap Peningkatan Omzet UMKM	62
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Omzet UMKM	63
4.4.3 Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Peningkatan Omzet UMKM	64
4.4.4 Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Omzet UMKM	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran	69
LAMPIRAN	76
Lampiran 1 Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing	76
Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan	77
Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian	78
Lampiran 4. Data 110 Kuisisioner	88
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	113
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif	116
Lampiran 7. Outer Model PLS	117
Lampiran 8. Hasil Output Model PLS	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah UMKM	1
Tabel 2. Masyarakat Muslim di Banten	3
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4. Skala Likert	36
Tabel 5. Pengukuran Variabel	37
Tabel 6. Nilai Indeks	41
Tabel 7. Nilai Cronbach's Alpha	43
Tabel 8 Karakteristik Jenis Kelamin	47
Tabel 9 Karakteristik Domisili UMKM	47
Tabel 10 Karakteristik Usia	48
Tabel 11 Karakteristik Jenis Usaha	48
Tabel 12 Karakteristik Produk Dijual	48
Tabel 13 Karakteristik Lama Berjualan	49
Tabel 14 Karakteristik Pendapatan	49
Tabel 15 Karakteristik Paham Kewajiban	50
Tabel 16 Karakteristik Sertifikasi Halal	50
Tabel 17 Nilai Indeks	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Umkm di Indonesia Sepanjang 2022	2
Gambar 2. Model Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing

Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 4. Data 110 Kuisisioner

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Outer Model PLS

Lampiran 8. Hasil Output Model PLS