



**DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN MUSLIM PADA  
RESTORAN KOREA NON SERTIFIKASI HALAL DI  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

**IMTI HANNY SALIMAH 2210116029**

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



**DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN MUSLIM PADA  
RESTORAN KOREA NON SERTIFIKASI HALAL DI  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**IMTI HANNY SALIMAH 2210116029**

**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 : Imti Hanny Salimah

NIM : 2210116029

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

Jakarta, 15 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Imti Hanny Salimah)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Imti Hanny Salimah  
NIM : 2210116029  
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 Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

### **Determinan Preferensi Konsumen Muslim Pada Restoran Korea Non Sertifikasi Halal Di Jakarta**

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 sebagai pemilik hak ciptaa.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Desember 2025

Yang menyatakan,

  
(Imti Hanny Salimah)

**SKRIPSI**

**DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN MUSLIM PADA  
RESTORAN KOREA NON SERTIFIKASI HALAL DI  
JAKARTA**


*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**IMTI HANNY SALIMAH 2210116029**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 15 Desember 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



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



**Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.**  
Penguji I



**Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.**  
Penguji II (Pembimbing)



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



**Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF**  
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 29 Desember 2025

# ***Determination of Muslim Consumer's Preference on Unhalal-Certified Korea Restavers in Jakarta***

**By Imti Hanny Salimah**

## **Abstract**

*The Korean wave phenomenon makes Korean restaurant enthusiasts in Indonesia continue to increase, especially in the Jakarta area. However, it is unfortunate that many Korean restaurants currently present still do not have halal certification. On the other hand, digital influencers can also play an important role because the reviews submitted by them on social media can affect consumption preferences, especially in restaurants that have not been halal certified. This study aims to analyze the influence of religiosity, perception of halal labels, and digital influencers on Muslim consumer preferences. The method used was a quantitative approach through the Google Form questionnaire using purposive sampling techniques for 140 respondents, and the analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS) through SmartPLS 4.0. Research results show that religious and digital influencers have a significant effect on Muslim consumer preferences, while the perception of halal labels has no significant effect on Muslim consumer preferences. Limitations of this study included the scope of respondents who were limited to the Jakarta area, as well as the possibility of dishonesty of respondents answers in filling out questionnaires in filling out questionnaires.*

**Keywords:** *halal label perception, Korean restaurant, muslim consumer preference, religiosity, the role of digital influencers.*

# Determinan Preferensi Konsumen Muslim pada Restoran Korea Non Sertifikasi Halal di Jakarta

Oleh Imti Hanny Salimah

## Abstrak

Fenomena *Korean wave* membuat peminat restoran Korea di Indonesia terus meningkat terutama di wilayah Jakarta. Namun sangat disayangkan banyak restoran Korea yang hadir saat ini masih belum memiliki sertifikasi halal. Disisi lain, *digital influencer* juga dapat mempunyai peran yang penting karena ulasan yang disampaikan oleh mereka di media sosial mampu memengaruhi preferensi konsumsi, terutama pada restoran yang belum tersertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh religiositas, persepsi label halal, dan *digital influencer* terhadap preferensi konsumen Muslim. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui kuesioner Google Form dengan teknik *purposive sampling* terhadap 140 responden, dan analisis dilakukan menggunakan *Partial Least Squares (PLS)* melalui SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas dan peran *digital influencer* berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen Muslim, sedangkan persepsi label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen Muslim. Keterbatasan penelitian ini meliputi ruang lingkup responden yang masih terbatas pada wilayah Jakarta, serta perbedaan persepsi responden dalam memahami dan menjawab pernyataan pada kuesioner.

**Kata Kunci:** peran *digital influencer*, persepsi label halal, preferensi konsumen, religiositas, restoran korea.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 15 Desember 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Imti Hanny Salimah  
NIM : 2110116029  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi :

**” DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN MUSLIM PADA RESTORAN KOREA NON SERTIFIKASI HALAL DI JAKARTA”**

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

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Ketua	
2	Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.	Anggota I	
3	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Anggota II **)	

Keterangan:

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

Jakarta, 15 Desember 2025

Mengesahkan  
a.n. DEKAN  
Koordinator Prodi S1 Ekonomi Syariah

Fadhli Sako Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF

## PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi dengan judul **“Determinan Preferensi Konsumen Muslim Pada Restoran Korea Non Sertifikasi Halal Di Jakarta”** secara baik dan tepat waktu. Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta bantuan selama proses penyusunan proposal ini, di antaranya:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF selaku Plt. Koordinator Program Studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, saran, bimbingan, serta ilmu yang sangat berharga.
4. Orang tua, adik, dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan motivasi yang tiada henti.
5. Rekan-rekan seperjuangan serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan.

Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 15 Desember 2025

Imti Hanny Salimah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIK</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>Abstract</b>	<b>v</b>
<b>Abstrak</b>	<b>vi</b>
<b>BERITA ACARA</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Preferensi Konsumen Muslim	14
2.1.2 Religiositas	17
2.1.3 Persepsi Label Halal	19
2.1.4 Peran <i>Digital influencer</i>	22
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	24
2.3 Model Penelitian	37
2.4 Hipotesis	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>39</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.2 Populasi dan Sampel	42

3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Teknik Analisis Data	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>49</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Deskripsi Data Penelitian	50
4.3 Analisis Data Deskriptif	53
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis	60
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)	60
4.4.2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	64
4.4.3 Uji Hipotesis	65
4.5 Pembahasan	67
4.5.1 Pengaruh Religiositas Terhadap Preferensi Konsumen Muslim	67
4.5.2 Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen Muslim	70
4.5.3 Pengaruh Peran <i>Digital influencer</i> terhadap Preferensi Konsumen Muslim	74
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>78</b>
5.1 Simpulan	78
5.2 Keterbatasan Penelitian	78
5.3 Saran	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>81</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Restoran Korea Bersertifikat Halal	6
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 3. Skala Likert	41
Tabel 4. Pengukuran Variabel	41
Tabel 5. Interpretasi Nilai Persentase Responden	45
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha	46
Tabel 7. Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 8. Usia Responden	50
Tabel 9. Domisili Responden	51
Tabel 10. Perhatian Responden Terhadap Keberadaan Label Halal Pada Produk Makanan Atau Restoran Sebelum Membeli Atau Mengonsumsi	52
Tabel 11. Kesadaran Responden Mengenai Restoran Korea Yang Pernah Dikunjungi Memiliki Label Halal Atau Tidak	52
Tabel 12. Media Sosial Yang Dimiliki dan Aktif Digunakan Responden	53
Tabel 13. Outer Loading	61
Tabel 14. Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 15. Cronbach's Alpha	63
Tabel 16. R-Square Adjusted	64
Tabel 17. Hasil Uji T	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Hasil Survei Ragam Faktor Pertimbangan Konsumen Muslim Indonesia Saat Membeli Produk Makanan	2
Gambar 2. Tingkat Kepentingan Label Halal dicantumkan dalam Kemasan Produk atau ditempel di Tempat Penjualan	4
Gambar 3. Faktor Pertimbangan Penting dalam Memilih Tempat Hangout	5
Gambar 4. The Impact of Indonesian Influencers	7
Gambar 5. Model Penelitian	38
Gambar 6. Tanggapan Responden Terhadap Preferensi Konsumen Muslim	54
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Religiositas	55
Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Label Halal	57
Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap Peran Digital influencer	59
Gambar 10. Hasil Output Smart PLS 4.0	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5. Hasil Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Output Outer Model SmartPLS 4.0
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS 4.0