



**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK,
DAN *E-WOM*, TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN
PADA KULINER UMKM HALAL DI TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

ADHAM YOSSUAJI 2210116010

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM
SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA
2026**



**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK,
DAN *E-WOM*, TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN
PADA KULINER UMKM HALAL DI TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

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

ADHAM YOSSUAJI 2210116010

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM
SARJANA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Adham Yossuaji

NIM : 2210116010

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

Jakarta, 26 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Adham Yossuaji)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Adham Yossuaji
NIM : 2210116010
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 Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan E-WOM, Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Kuliner UMKM Halal di Kota Tangerang Selatan

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 : 26 Juli 2026

Yang menyatakan,


(Adham Yossuaji)

SKRIPSI

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN EWOM, TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA KULINER UMKM HALAL DI TANGERANG SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ADHAM YOSSUAJI 2210116010

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 06 Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



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



Tati Handayani, S.E., M.M.
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 : 20 Juli 2026

***The Influence of Halal Certification, Product Quality, and E-WOM on
Consumer Trust in Halal MSME Culinary in South Tangerang***

By Adham Yossuaji

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the Indonesian economy, particularly in employment absorption and improving public welfare. However, MSMEs still face various challenges, particularly in building consumer trust in the products they offer. In the halal culinary sector, consumer trust is a crucial factor, products consumed must meet halal and high-quality standards. In South Tangerang City, halal certification is still low. Furthermore, product quality e-WOM management are suboptimal, potentially impacting consumer trust. This study aims to analyze the influence of halal certification, product quality, and e-WOM on consumer trust in halal culinary MSMEs in South Tangerang City. This study used a quantitative method with a non-probability sampling technique using a purposive sampling method. The sample size was 100 respondents residing in South Tangerang City and who had consumed halal culinary products from MSMEs in South Tangerang City. Data processing used Partial Least Square (PLS) data analysis techniques with the help of SmartPLS software. The results of the study indicate that halal certification has a positive and significant effect on consumer trust, product quality also has a positive and significant effect on consumer trust, while e-WOM has no significant effect on consumer trust. These findings indicate that consumers prioritize tangible evidence in the form of halal assurance and product quality over information or reviews obtained through digital media in building trust in halal culinary MSMEs. Therefore, MSMEs need to prioritize obtaining halal certification and maintaining and improving product quality continuously to strengthen consumer trust

.Keywords: halal certification, product quality, e-WOM, consumer trust, MSMEs, halal culinary,

Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan E-wom, Terhadap Kepercayaan Konsumen pada Kuliner UMKM Halal di Tangerang Selatan

Oleh Adham Yossuaji

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi UMKM, terutama dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Pada sektor kuliner halal, kepercayaan konsumen menjadi faktor yang sangat penting, mengingat produk yang dikonsumsi harus memenuhi aspek kehalalan dan kualitas yang baik. Di Kota Tangerang Selatan, masih ditemukan rendahnya kepemilikan sertifikasi halal. Selain itu, kualitas produk dan pengelolaan *e-WOM* yang belum optimal, sehingga berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, dan *e-WOM* terhadap kepercayaan konsumen pada UMKM kuliner halal di Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang berdomisili di Kota Tangerang Selatan dan pernah mengonsumsi kuliner halal UMKM di Kota Tangerang Selatan. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, sedangkan *e-WOM* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mengutamakan bukti nyata berupa jaminan kehalalan dan kualitas produk dibandingkan informasi atau ulasan yang diperoleh melalui media digital dalam membangun kepercayaan terhadap UMKM kuliner halal. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memprioritaskan kepemilikan sertifikasi halal serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan untuk memperkuat kepercayaan konsumen.

Kata kunci: sertifikasi halal, kualitas produk, e-wom, kepercayaan konsumen, umkm, kuliner halal

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Kepercayaan Konsumen pada Kuliner UMKM Halal di Kota Tangerang Selatan" dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, motivasi, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

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 Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah 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, bimbingan, saran, motivasi, serta ilmu yang sangat berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Sufyati HS, S.E., M.M., Ibu Tati Handayani, S.E., M.M., dan Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A., M.E. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang sangat membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Kedua orang tua serta seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, dan semangat yang tiada henti kepada penulis dalam setiap proses penyelesaian studi.

6. Rekan-rekan seperjuangan, yaitu Dzakwan, Irsyadi, Emil, Marsha, dan Liza, yang selalu memberikan semangat, bantuan, motivasi, serta menjadi teman berdiskusi selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 26 juli 2026

Adham Yossuaji

BERITA ACARA



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 SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 6 Juli 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Adham Yossuaji
NIM : 2210116010
Program Studi : Ekonomi Syariah S1
Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan E-wom, Terhadap Kepercayaan
Konsumen pada Kuliner UMKM Halal di Tangerang Selatan**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus Sidang Tugas Akhir***, dengan Nilai Rata-Rata **89.38**
dan Nilai Huruf **A-**

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Sufyati HS, SE., MM.	Ketua	
2	Tati Handayani, S.E, M.M.	Anggota I	
3	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 6 Juli 2026

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
PRAKATA.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14

2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Kepercayaan Konsumen.....	14
2.1.2 Sertifikasi Halal.....	16
2.1.3 Kualitas Produk.....	19
2.1.4 E-WOM.....	23
2.1.5 UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).....	25
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Model Penelitian	47
2.4 Hipotesis.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
3.1.1 Definisi Operasional.....	49
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	50
Sumber : Data Diolah (2026)	52
3.2 Populasi dan Sampel	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sampel.....	52
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.3.1 Jenis Data	53
3.3.2 Sumber Data.....	53
3.3.3 Pengumpulan Data	54
3.4 Teknik Analisis Data dan Uji hipotesis.....	54
3.4.1 Teknik Analisis Data.....	54
3.4.2 Analisis Deskriptif	54
3.4.3 Model Pengukuran (Outer Model).....	55
3.4.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	57
3.4.5 Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59

4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	60
4.2.1	Profil Data Responden	60
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	61
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	61
4.3.2	Analisis Data Interfal	69
4.3.3	Uji Hipotesis.....	76
4.4	Pembahasan.....	77
4.4.1	Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen.....	77
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen.....	79
4.4.3	Pengaruh EWOM terhadap Kepercayaan Konsumen	81
BAB V KESIMPULAN.....		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	85
5.3	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN		2

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data UMKM di Indonesia 2019-2024	2
Tabel 2. Perbandingan Jumlah Kuliner dengan Sertifikasi Halal di Pulau Jawa	8
Tabel 3. Jumlah UMKM di Provinsi Banten Berdasarkan Kecamatan	8
Tabel 4. Klasifikasi UMKM	26
Tabel 5. Matriks Tabel Hasil Penelitian Sebelumnya	40
Tabel 6. Skala Likert	51
Tabel 7. Indikator Variabel	51
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks	55
Tabel 9. Tingkat Realibilitas berdasarkan Cronbach's Alpha	56
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	61
Tabel 13. Nilai Indeks Variabel Kepercayaan Konsumen	61
Tabel 14. Nilai Indeks Variabel Sertifikasi Halal	63
Tabel 15. Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 16. Nilai Indeks Variabel EWOM	67
Tabel 17. Outer Loadings	70
Tabel 18. Nilai AVE Setiap Variabel	72
Tabel 19. Nilai Cross Loading	73
Tabel 20. Nilai Uji Realibilitas	74
Tabel 21. Nilai R Square	75
Tabel 22. Nilai Uji Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	47
Gambar 2. Outer Model	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	2
Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan	3
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	4
Lampiran 4. Data Hasil Kuesioer Penelitian.....	9
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	18
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif	19
Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS 4.0	22
Lampiran 8. Hasil Output Model PLS 4.0	23