



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
KESADARAN HALAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK BEJO JAHE MERAH DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

RIYAN MALIK FAJAR 2210116054

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



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
KESADARAN HALAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK BEJO JAHE MERAH DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

RIYAN MALIK FAJAR 2210116054

**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 : Riyan Malik Fajar

NIM : 2210116054

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

Jakarta, 6 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Riyan Malik Fajar)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Riyan Malik Fajar
NIM : 2210116054
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 Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kesadaran Halal terhadap Loyalitas Konsumen Produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi

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 : 6 Juli 2026

Yang Menyatakan,


(Riyan Malik Fajar)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK BEJO JAHE MERAH DI KOTA BEKASI

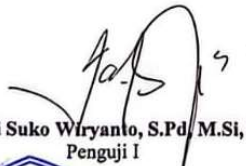
Dipersiapkan dan disusun oleh:

RIYAN MALIK FAJAR 2210116054

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 6 Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



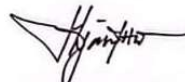
Tati Handayani, S.E, M.M.
Ketua Penguji



Fadhl Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF.
Penguji I



Dr. H. Hidayatullah, S.E, M.M.
Dekan



Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juli 2026

***The Effect of Brand Image, Product Quality, and Halal Awareness on
Consumer Loyalty of Bejo Jahe Merah Products in Bekasi City***

By Riyan Malik Fajar

Abstract

The increasing competition in Indonesia's herbal beverage industry, coupled with the relatively low ranking of Bejo Jahe Merah compared to its competitors based on the Top Brand Index, indicates that the product faces challenges in maintaining its market competitiveness. This condition suggests a gap between the product's potential and the level of consumer loyalty in the market. This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and halal awareness on consumer loyalty toward Bejo Jahe Merah products in Bekasi City. This study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 100 consumers of Bejo Jahe Merah in Bekasi City selected through purposive sampling. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS). The results indicate that brand image, product quality, and halal awareness each have a positive and significant effect on consumer loyalty. These findings highlight the importance of strengthening brand image, improving product quality, and enhancing halal awareness as key strategies to increase consumer loyalty toward Bejo Jahe Merah products in Bekasi City.

Keywords: brand image, halal awareness, product quality, consumer loyalty.

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kesadaran Halal terhadap Loyalitas Konsumen Produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi

Oleh Riyan Malik Fajar

Abstrak

Meningkatnya persaingan dalam industri minuman herbal di Indonesia serta masih rendahnya posisi produk Bejo Jahe Merah dibandingkan para pesaingnya berdasarkan *Top Brand Index* menunjukkan bahwa produk tersebut menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing di pasar. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi produk dengan tingkat loyalitas konsumen di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan kesadaran halal terhadap loyalitas konsumen produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan kesadaran halal masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan citra merek, peningkatan kualitas produk dan peningkatan kesadaran halal merupakan faktor penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi.

Kata Kunci : citra merek, kesadaran halal, kualitas produk, loyalitas konsumen



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 : Riyan Malik Fajar
NIM : 2210116054
Program Studi : Ekonomi Syariah S1
Judul Tugas Akhir :

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kesadaran Halal terhadap Loyalitas
Konsumen Produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang Utang**, dengan Nilai Rata-Rata 82,78
dan Nilai Huruf A-.

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, S.E, M.M.	Ketua	
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si.CDIF	Anggota I	
3	Dr. Sufyati HS, SE., MM	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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, dan berkah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kesadaran Halal terhadap Loyalitas Konsumen Produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Dr. Sufyati HS, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing telah memberikan arahan, masukan, kritik, saran, dan bimbingan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada Bapak Ade Rahmat dan Ibu Cucun Hasanah selaku kedua orang tua tercinta atas doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan seperjuangan, yaitu Irfaan, Pilar, Wahyu, Adin, Zhafar, Achmad, Kibut, Dzikri, Haikal, Raqul, Faqih, Akmal, Ade Rezak, Indra, Ligar, dan Reffi atas kebersamaan, bantuan, serta semangat yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Secara khusus, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Manchester United, klub yang secara tidak langsung menemani perjalanan penyusunan skripsi ini. Melalui setiap kemenangan yang dirayakan, kekalahan yang harus diterima, dan harapan yang terus dipertahankan.

Jakarta, 6 Juli 2026

Riyan Malik Fajar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR 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 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Loyalitas Konsumen.....	10
2.1.2 Citra Merek	13
2.1.3 Kualitas Produk.....	14
2.1.4 Kesadaran Halal	16
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Model Penelitian	34
2.4 Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	36
3.1.2 Pengukuran Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.3.3 Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	41
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	41
3.4.2 Teknik Analisis	43
3.4.3 Model Pengukuran	43
3.4.4 Model Struktural	44
3.4.5 Uji Hipotesis	45
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	48
4.2.1 Deskripsi Data Responden	49
4.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	55
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	64
4.3.1 Outer Model (Model Pengukuran).....	64
4.3.2 Inner Model (Model Struktural).....	70
4.3.3 Uji Hipotesis	72
4.4 Pembahasan.....	74
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	74
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	76
4.4.3 Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Loyalitas Konsumen	79
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 82

5.1 Kesimpulan	82
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	83
5.3 Saran	84
 DAFTAR PUSTAKA.....	86
RIWAYAT HIDUP	90
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Top Brand Index Kategori Obat Masuk Angin	3
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. Skala Likert	38
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 5. Interpretasi Nilai Responden	42
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Nilai Croanbach's Alpha	44
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
Tabel 11. Indeks Loyalitas Konsumen	55
Tabel 12. Indeks Citra Merek.....	58
Tabel 13. Indeks Kualitas Produk	60
Tabel 14. Indeks Kesadaran Halal.....	62
Tabel 15. Hasil Outer Loading	65
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE).	68
Tabel 17. Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 18. Hasil R-Square	70
Tabel 19. Uji T	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Negara Tujuan Ekspor Produk Obat Tradisional Indonesia	1
Gambar 2. Model Penelitian	34
Gambar 3. Keterangan Jenis Kelamin Responden	50
Gambar 4. Keterangan Usia Responden	51
Gambar 5. Keterangan Pekerjaan	52
Gambar 6. Keterangan Domisili	54
Gambar 7. Indeks Loyalitas Konsumen	56
Gambar 8. Indeks Citra Merek	58
Gambar 9. Indeks Kualitas Produk	61
Gambar 10. Indeks Kesadaran Halal	63
Gambar 11. Outer Model	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Formulir Persetujuan Mengikuti Sidang
- Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Hasil Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Indeks
- Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS 4.0
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS