



**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL
(STUDI PADA KONSUMEN STARBUCKS DI TANGERANG SELATAN)**

SKRIPSI

CIKAL RIVALDI 1610111001

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2020



**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL
(STUDI PADA KONSUMEN STARBUCKS DI TANGERANG SELATAN)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

CIKAL RIVALDI 1610111001

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Cikal Rivaldi

NIM : 1610111001

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

Jakarta, 27 Juli 2020

Yang menyatakan,



(Cikal Rivaldi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Cikal Rivaldi
NIM : 1610111001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
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:

Analisis Pengaruh Persepsi Label Halal, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal

(Studi Pada Konsumen Starbucks di 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 : 27 Juli 2020

Yang menyatakan,



Cikal Rivaldi

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL
(STUDI PADA KONSUMEN STARBUCKS DI TANGERANG SELATAN)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

CIKAL RIVALDI 1610111001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 1 Juli 2020

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Bernadin Dwi M, S.E., MM
Ketua Penguji



Drs. Syarif Ali, M.Si., CHRP
Penguji 1



Diana Triwardhani, S.E., MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M
Ketua Jurusan



Wahyudi, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 1 Juli 2020

ANALYSIS OF EFFECT OF HALAL LABEL PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY ON HALAL PRODUCT PURCHASING DECISIONS

(STUDY ON STARBUCKS CONSUMERS IN SOUTH TANGERANG)

By

Cikal Rivaldi

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of perceptions of halal labels, product quality, and service quality on purchasing decisions. The population in this study were visitors who purchased drinks at STARBUCKS coffee shop, South Tangerang. The sample size was taken as many as 75 respondents, with non-probability sampling technique sampling with purposive sampling method. Data collection was carried out through questionnaires. The analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method with SmartPLS 3.2.8 software. The results of this study indicate that Halal Label perception does not significantly influence purchasing decisions, Product Quality has a significant effect on purchasing decisions, Service Quality has a significant effect on purchasing decisions. The results of the determinant coefficient of the halal label perception variables, product quality and service quality have an influence of 58.4% on purchasing decisions and the other 41.6% are influenced by other variables.

Keywords: Halal Label Perception, Product Quality, Service Quality, Purchasing Decisions

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL
(STUDI PADA KONSUMEN STARBUCKS DI TANGERANG SELATAN)**

**Oleh
Cikal Rivaldi**

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi label halal, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan pembelian minuman di kedai kopi STARBUCKS, Tangerang Selatan. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling dengan metode sampel purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least Square) dengan software SmartPLS 3.2.8. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Label Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinan variabel persepsi label halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 58,4% terhadap keputusan pembelian dan 41,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Persepsi Label Halal, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari ini Rabu, tanggal 1 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : CIKAL RIVALDI

NIM : 1610111001

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL (STUDI PADA KONSUMEN STARBUCKS DI TANGERANG SELATAN)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Bernadin Dwi M, MM	Ketua	
2	Drs. Syarif Ali, M.Si., CHRP	Anggota I	
3	Diana Triwardhani, S.E., MM	Anggota II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 13 Juli 2020
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprod. Manajemen S.1

Wahyudi, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul pada penelitian adalah “**Analisis Pengaruh Persepsi Label Halal, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Pada Konsumen Starbucks di Tangerang Selatan)**”. Terima kasih kepada ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan Bapak Wahyudi, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, serta ibu Diana Triwardhani, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing I dan bapak Jenji Gunaedi Argo S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian ini berjalan. Serta kepada seluruh dosen FEB UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Serta penulis ucapkan terima kasih kepada bapak Supardi dan ibu Niar Munawaroh selaku orang tua tercinta, adik, serta keluarga besar yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan kepada penulis selama perkuliahan dan pada saat penulisan skripsi. Penulis ucapkan terima kasih juga kepada anggota grup *line* Manajemen’16 UPNVJ, Basreng sekuat sapel, Kuyy, ppq, yang sudah mewarnai hidup penulis selama ini, serta grup *whatsapp* Seiman, Dospem1 Skripsi Ibu Diana, dan Dospem 2 pak jenji yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada saudari monica yang sudah membantu skripsi ini, lalu saudara dicky, aril, eca, apin, dan wawa yang senantiasa selalu menghibur ketika penulis sedang galau saat mengerjakan skripsi. Juga untuk Jihan dan Anggi yang senantiasa pula membantu penulis dalam hal keuangan dan hiburan. Terima kasih hal-hal buruk dan hal-hal baik

Jakarta, 23 juni 2020

Cikal Rivaldi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
FORMULIR BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Tinjauan Pustaka	8
II.1.1 Pemasaran	8
II.1.2 Keputusan Pembelian	9
II.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
II.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
II.1.2.3 Struktur Keputusan Pembelian	10
II.1.2.4 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	11
II.1.3 Persepsi Label Halal	13

II.1.3.2 Label Halal	15
II.1.4 Kualitas Produk	16
II.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
II.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk	17
II.1.5 Kualitas Pelayanan	19
II.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	19
II.1.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
II.2 Model Penelitian empirik.....	21
II.3 Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
III.1.1 Definisi Operasional.....	23
III.1.2 Pengukuran Variabel	24
III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	24
III.2.1 Populasi	24
III.2.2 Sampel	25
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
III. 3.1 Jenis Data.....	25
III.3.2 Sumber Data.....	25
III.3.3 Pengumpulan Data	26
III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	27
III.4.1 Teknik Analisis	27
III.4.1.1 Analisis Deskriptif.....	27
III.4.1.2 Analisis Partial Least Square	29
III.4.2 Uji Hipotesis	32
III.4.2.1 Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial)	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	34

IV.1.1	Sejarah Starbucks	34
IV.2	Deskripsi Data Objek	36
IV.2.1	Deskripsi Data Responden.....	36
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif	39
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	44
IV.3.1	Uji Validitas dan Reabilitas	44
IV.3.1.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	44
IV.3.1.2	Uji Validitas Konvergen.....	46
IV.3.1.3	Uji Validitas Diskriminan.....	48
IV.3.1.4	Uji Reabilitas	49
IV.3.1.5	Model Struktural (Inner Model).....	50
IV.3.1.6	R Square (R^2).....	50
IV.3.1.7	Q Square	50
IV.3.2	Uji Hipotesis	51
IV.3.2.1	Uji t-statistik	51
IV.4	Pembahasan	53
IV.4.1	Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	53
IV.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		57
V.1	Kesimpulan	57
V.2	Keterbatasan Penelitian	58
V.3	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI 2016-2019	1
Tabel 2. Pengukuran Variabel	24
Tabel 3. Skala Likert	26
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen	26
Tabel 5. Peringkat Jawaban Kuesioner	27
Tabel 6. Intepretasi Nilai Persentase Responden	28
Tabel 7. Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	31
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	37
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Usia	38
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	38
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan/Uang Saku.....	38
Tabel 12. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	39
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Label Halal	40
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	42
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 17. Outer Loading Factor Hasil Output PLS.....	47
Tabel 18. Fornell-Lackner Criterium	48
Tabel 19. Average Variance Extractedi (AVE)	48
Tabel 20. Composite Reability	49
Tabel 21. Cronbach's Alpha	49
Tabel 22. Nilai R Square	50
Tabel 23. Hasil Uji t-statistik.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 2. Langkah Analisis PLS.....	29
Gambar 3. Konstruksi Diagram Jalur.....	30
Gambar 4. Outer Model.....	45
Gambar 5. Outer Model Setelah Re-estimasi	46
Gambar 6. Inner Model	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6 Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7 Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8 Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 9 Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10 T Tabel dan R Tabel