

**PENGARUH RELIGIOSITAS, SERTIFIKASI HALAL,  
PENGETAHUAN PRODUK HALAL PADA MINAT BELI  
DENGAN NILAI PERSEPSIAN SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI**

**SKRIPSI**



**NAMA : BAYU AJI PRASETYO**

**NIM : 43117010171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH RELIGIOSITAS, SERTIFIKASI HALAL,  
PENGETAHUAN PRODUK HALAL PADA MINAT BELI  
DENGAN NILAI PERSEPSIAN SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI**

(Studi pada Produk Mie Samyang)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta



**NAMA : BAYU AJI PRASETYO**

**NIM : 43117010171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bayu Aji Prasetyo

NIM : 43117010171

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (menjiplak).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Tangerang, 22 Oktober 2021



Bayu Aji Prasetyo

43117010171

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bayu Aji Prasetyo  
NIM : 43117010171  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Religiositas, Sertifikasi Halal, Pengetahuan Produk Halal pada Minat Beli dengan Nilai Persepsian Sebagai Variabel Mediasi  
Tanggal Lulus Ujian : 6 Oktober 2021

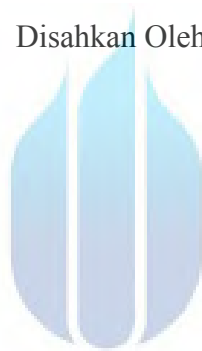
Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,




**Dr. Daru Asih, SE., M.Si**

Tanggal : 24 Oktober 2021



Ketua Penguji



**(Dr. Tafiprios, SE., MM)**

Tanggal : 21 Oktober 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si**

Tanggal : 28 Oktober 2021

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



**Dr. H. Sonny Indrajaya, MM**

Tanggal : 28 Oktober 2021

## ABSTRAK

Pengaruh Religiositas, Sertifikasi Halal, Pengetahuan Produk Halal pada Minat Beli dengan Nilai Persepsian sebagai variabel mediasi merupakan faktor penentu dalam memilih suatu produk yang diinginkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Religiositas, sertifikasi halal, pengetahuan produk halal pada minat beli dengan nilai persepsian sebagai variabel mediasi terhadap mie Samyang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel 180 responden. Penelitian ini menggunakan analisis data *Structural Least Square (SEM)* dan pengolahan data menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengaruh Religiositas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli dan Nilai Persepsi, Sertifikasi Halal tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli dan Nilai Persepsi, Pengetahuan Produk Halal tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli dan Nilai persepsi, Nilai Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli pada produk Mie Samyang.

Kata kunci : Religiositas, Sertifikasi Halal, Pengetahuan Produk halal, Nilai Persepsi



## **ABSTRACT**

*The influence of Religiosity, Halal Certification, Knowledge of Halal Products on Purchase Intentions with Perceived Value as a mediating variable is a determining factor in choosing a desired product. The purpose of this study was to determine the effect of religiosity, halal certification, knowledge of halal products on intention to buy with perceived value as a mediating variable on Samyang noodles. This research is a quantitative research with a sample size of 128 respondents. This study uses Structural Least Square (SEM) data analysis and data processing using Partial Least Square (PLS). The sampling technique used is non probability sampling with purposive sampling technique. By using a quantitative descriptive approach. The results showed that the variable religiosity did not have a significant positive effect on Purchase Interest and Perceived Value, Halal Certification had no significant positive effect on Purchase Interest and Perceived Value, Knowledge of Halal Products had no significant positive effect on Purchase Interest and Perceived Value, Perception Value had a significant positive effect. on buying interest in Samyang noodle products.*

*Keywords: Religiosity, Halal Certification, Knowledge of Halal Products, Perceived Value*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Religiositas, Sertifikasi Halal, Pengetahuan Produk Halal pada Minat Beli dengan Nilai Persepsian Sebagai Variabel Mediasi Studi pada Produk Mie Samyang”. Proposal skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Dr. Daru Asih, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat kepada penulis. bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua telah pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama pada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr. Daru Asih, SE., M.Si. selaku Dosen Metodologi serta sebagai Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Eri Marlapa, SE, MM selaku sekretaris program studi manajemen S1.
6. Kedua Orang Tua saya Bapak Senen dan Ibu Mulyati yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, yang selalu mendoakan saya serta selalu memotivasi saya untuk mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman saya yang selalu membantu dan menyemangati saya dalam menulis skripsi ini, Muhammad Rifki, Fahry Ramadhan, Dita Silvy Ayu Pratiwi dan Kiki Setiaviranti
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis.



Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Tangerang , 20 Juli 2021

Bayu Aji Prasetyo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah Penelitian</b> .....	9
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	12
<b>A. Kajian Pustaka</b> .....	12
1. Religiositas.....	12
2. Sertifikasi Halal .....	17
3. Pengetahuan Produk Halal .....	18
4. Nilai Persepsi .....	21
5. Minat Beli .....	24
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	27
<b>C. Pengembangan Hipotesis</b> .....	33

<b>BAB III</b> .....	43
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	43
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....	43
1. Waktu Penelitian.....	43
2. Tempat Penelitian .....	43
<b>B. Desain Penelitian</b> .....	43
1. Definisi Variabel.....	44
2. Operasional Variabel.....	47
<b>D. Skala Pengukuran Variabel</b> .....	55
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	56
1. Populasi.....	56
2. Sampel Penelitian.....	57
<b>F. Metode Pengumpulan Data</b> .....	58
<b>G. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	59
<b>H. Metode Analisis Data</b> .....	60
1. Analisis Model Persamaan ( <i>Structure Equation Model</i> ) .....	60
<b>BAB IV</b> .....	66
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	66
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	66
<b>B. Statistik Deskriptif</b> .....	66
1. Deskripsi Responden.....	66
2. Deskriptif Variabel.....	66
<b>C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)</b> .....	71
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	72
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	79
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	83
1. Pengaruh Religiositas terhadap Minat Beli.....	84
2. Pengaruh Religiositas terhadap Nilai Persepsi.....	84
3. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli.....	85
4. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Nilai Persepsi .....	85
5. Pengaruh Pengetahuan Produk Halal terhadap Minat Beli .....	85
7. Pengaruh Nilai Persepsi terhadap Minat Beli .....	86
<b>BAB V</b> .....	88

<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	88
<b>A. KESIMPULAN</b> .....	88
<b>B. SARAN</b> .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	93
<b>LAMPIRAN</b> .....	98



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	88
Tabel 3. 2	Pengukuran Skala Likert.....	96
Tabel 3. 3	Perhitungan Sampel .....	98
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden .....	107
Tabel 4. 2	Agama Responden .....	107
Tabel 4. 3	Umur Responden.....	108
Tabel 4. 4	Deskriptif Jawaban Responden Religiositas.....	108
Tabel 4. 5	Deskriptif Jawaban Responden Sertifikasi Halal.....	109
Tabel 4. 6	Minat Beli .....	110
Tabel 4. 7	Nilai Persepsi .....	111
Tabel 4. 8	Hasil Pengujian Convergent Validity .....	112
Tabel 4. 9	Hasil Pengujian Convergent validity (Modifikasi).....	114
Tabel 4. 10	Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	116
Tabel 4. 11	Hasil uji discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	117
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	118
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian Composite Reliability .....	119
Tabel 4. 14	Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen.....	120
Tabel 4. 15	Hasil Pengujian Hipotesis .....	122

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1	Data populasi muslim terbanyak .....	2
Gambar 1. 2	Grafik Konsumsi Mie instan terbesar.....	4
Gambar 3. 1	Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma PLS.....	113
Gambar 4. 2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	115
Gambar 4. 3	Hasil Bootstrapping.....	123



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian.....	138
Lampiran 2	: Hasil Output SPSS 23.....	142
Lampiran 3	: Hasil Output SPSS 23.....	169
Lampiran 4	: Hasil Output PLS.....	180
Lampiran 5	: (Outer Model).....	187

