

PENGARUH *HALAL CREDENCE* DAN *GROUP REFERENCE* TERHADAP
PURCHASE DECISION DENGAN DIMEDIASI OLEH *ATTITUDE* PRODUK
MAKANAN *ALL YOU CAN EAT* (AYCE) GYU KAKU

SKRIPSI



Nama : Laras Purnamasari
NIM : 43121110002

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2023

PENGARUH *HALAL CREDENCE* DAN *GROUP REFERENCE* TERHADAP
PURCHASE DECISION DENGAN DIMEDIASI OLEH *ATTITUDE* PRODUK
MAKANAN *ALL YOU CAN EAT* (AYCE) GYU KAKU

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Laras Purnamasari
NIM : 43121110002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Laras Purnamasari

NIM : 43121110002

Program studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Maret 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Laras Purnamasari

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Laras Purnamasari
NIM : 43121110002
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Halal Credence Dan Group Reference Terhadap Purchase Decision Dengan Dimediasi Oleh Attitude
Tanggal Sidang : 1 Februari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 02243433



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Halal Credence* dan *Group Reference* terhadap *Purchase Decision* dengan *Attitude* sebagai variabel mediasi pada produk makanan *all you can eat*. Subject pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan *all you can eat* minimal satu kali. Sampel pada penelitian ini sebanyak 112 responden. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan *non-probability* dengan metode yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen penyebaran kuesioner dengan sumber data primer. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS 3.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Attitude toward halal* memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap *Purchase decision*, *Group reference* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Attitude toward halal*, *Group reference* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Purchase decision*, *Halal Credence* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *Attitude toward halal*, *Halal Credence* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *Purchase decision*, *Group reference* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Purchase decision* melalui *Attitude toward halal* dan *Halal Credence* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Purchase decision* melalui *Attitude toward halal*.

Kata kunci : *Attitude toward halal*, *Purchase decision*, *Group reference*, *Halal Credence*, *All You Can Eat*.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Halal Credence and Group Reference on Purchase Decisions with Attitude as a mediating variable for all you can eat food products. The subjects in this research were consumers who had consumed all you can eat food at least once. The sample in this study was 112 respondents. The sample collection technique in this research was non-probability sampling with the method used being purposive sampling. By using a quantitative approach. The data collection technique in this research uses a questionnaire distribution instrument with primary data sources. The data analysis used is statistical analysis in the form of SEM-PLS 3.0. The results of this study show that Attitude toward halal has a positive and insignificant influence on Purchase decisions, Group reference has a positive and significant influence on Attitude toward halal, Group reference has a positive and significant influence on Purchase decisions, Halal Credence has a significant influence negative and insignificant on Attitude toward halal, Halal Credence has a negative and insignificant influence on Purchase decisions, Group reference has a positive and insignificant influence on Purchase decisions through Attitude toward halal and Halal Credence has a positive and insignificant influence on Purchase decisions through Attitude toward halal.

Keywords: Attitude toward halal, Purchase decision, Group reference, Halal Credence, All You Can Eat.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH *HALAL CREDENCE* DAN *GROUP REFERENCE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DENGAN DIMEDIASI OLEH *ATTITUDE* PRODUK MAKANAN *ALL YOU CAN EAT (AYCE)* GYU KAKU”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa menyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dudi Permana, Ph. D. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr Andi Adriansyah. M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Muhyarsyah, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

5. Kedua Orang Tua yang sangat penulis cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
6. Suami dan anak-anak penulis yang sangat penulis cintai, terima kasih atas waktu dan dukungannya kepada penulis.
7. Sahabat tersayang yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan masukan dan semangat dalam menyusun skripsi ini.
8. Terakhir kepada pembaca yang menyempatkan membaca tulisan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juni 2023

Laras Purnamasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	16
BAB II KERANGKA PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	17
1. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	17
2. Komponen <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	18
3. Definisi Halal.....	20
B. Perilaku Konsumen	23

1. Definisi Perilaku Konsumen.....	23
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
C. Purchase Decision	25
1. Definisi <i>Purchase Decision</i>	25
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Decision</i>	26
3. Indikator <i>Purchase Decision</i>	27
D. Attitude	30
1. Definisi <i>Attitude</i>	30
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>attitude</i>	30
3. Indikator <i>Attitude Toward Halal</i>	31
E. Kelompok Referensi (<i>Group Reference</i>)	32
1. Pengertian <i>Group Reference</i>	32
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Group Reference</i>	32
3. Indikator <i>Group Reference</i>	34
F. Halal Credence	35
1. Definisi <i>Halal Credence</i>	35
2. Dimensi dan Faktor Indikator <i>Halal Credence</i>	35
G. Penelitian Terdahulu.....	37
H. Pengembangan Hipotesis	44
1. Pengaruh <i>Halal Credence</i> terhadap <i>Attitude Toward Halal</i> ...	44
2. Pengaruh <i>Group Reference</i> terhadap <i>Attitude Toward Halal</i> ..	45
3. Pengaruh <i>Attitude Toward Halal</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	46
4. Pengaruh <i>Halal Credence</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	46

5. Pengaruh <i>Group Reference</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	48
6. Mediasi pengaruh <i>Halal Credence</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	49
7. Mediasi pengaruh <i>Group Reference</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	50
8. Kerangka Penelitian.....	52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	53
B. Desain Penelitian	53
C. Definisi Operasional Variabel	54
1. Definisi Variabel	54
2. Operasional Variabel	54
D. Skala Pengukuran	57
E. Populasi dan Sampel	58
1. Populasi	58
2. Sampel	59
F. Metode Pengumpulan Data	60
G. Metode Analisis Data	61
1. Analisis Deskriptif.....	61
2. <i>Analisis Partial Least Square (PLS)</i>	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	68
1. Objek Penelitian	68
2. Subjek Penelitian	68
B. Analisis Deskriptip	69
1. Karakteristik Responden.....	69
2. Deskripsi Variabel Jawaban Variabel	71
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	75
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	75
2. Struktural <i>Equation (Inner Model)</i>	80
D. Pembahasan Hasil Penelitian	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	91
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	99
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Rekomendasi Restoran <i>All You Can Eat</i> (AYCE)	
	Terbaik di Jakarta	8
1.2	Pernyataan Pra Survey	12
2.1	Penelitian Terdahulu	37
3.1	Operasionalisasi Variabel	54
3.2	Skala Likert	58
4.1	Jenis Kelamin Responden	69
4.2	Usia Responden	70
4.3	Profesi Responden	70
4.4	Domisili Responden	71
4.5	Deskripsi Jawaban Responden variabel <i>Halal Credence</i>	72
4.6	Deskripsi Jawaban Responden variabel <i>Group Reference</i>	72
4.7	Deskripsi Jawaban Responden variabel <i>Attitude</i>	73
4.8	Deskripsi Jawaban Responden variabel <i>Purchase Decision</i>	74
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Convergent Validity</i>	76
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent</i> (Fornell Larcker).....	77
4.11	Uji <i>Discriminant Validity</i> (HMRC).....	78
4.12	Uji <i>Contract Reability dan Validity</i>	79
4.13	Nilai <i>R-Square</i>	80
4.14	Nilai <i>F-Square</i>	81

4.15	Nilai <i>Q-Square</i>	81
4.16	Uji Hipotesis Langsung.....	82
4.17	Uji Hipotesis Hubungan Mediasi.....	84



DAFTAR GRAFIK

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Penanaman Modal Asing Di Indonesia	4



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024.....	2
1.2	Peringkat <i>Global Islamic Economy Indicator</i> (GIEI)	3
2.1	Kerangka Pemikiran.....	52
4.1	Hasil Algoritma PLS.....	77
4.2	Hasil Uji Bootstrapping.....	83

