

**PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE
(Studi Terhadap Generasi Z di Wilayah Jakarta Barat)**

SKRIPSI



Nama : Feby Kusuma Aryani

NIM : 43120010272

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

2024

**PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE
(Studi Terhadap Generasi Z di Wilayah Jakarta Barat)**

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



Nama : Feby Kusuma Aryani

NIM : 43120010272

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Kusuma Aryani

NIM : 43120010272

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 (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Juni 2023



Feby Kusuma Aryani

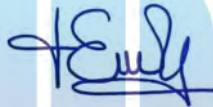
43120010272

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Feby Kusuma Aryani
NIM : 43120010272
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE (Studi Terhadap
Generasi Z di Wilayah Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 04 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244394



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh labelisasi halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk Mixue. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z (usia 15 – 35 tahun) yang berada di Jakarta Barat dan sudah pernah membeli produk Mixue minimal tiga kali. Sampel yang digunakan sebanyak 156 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Non probability sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian berupa kuisisioner. Metode analisis data menggunakan software Partial Least Square (PLS). Penelitian ini membuktikan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study is to test and analyze the impact of halal labelling, price and promotion on purchasing decisions on Mixue products. The type of research used in this research is quantitative and the research method used is the method of causal analysis method. The population in this study is the Z generation (aged 15 – 35 years) who are in West Jakarta and have purchased Mixue products at least three times. The sample used was 156 respondents. The sampling technique in this study uses the Non-probability Sampling Technique. The data collection methods use survey methods, with research instruments in the form of questionnaires. The data analysis method using Partial Least Square (PLS) software. This research proves that halal labelling has a positive and significant influence on purchasing decisions. Price have a positive and significant influence on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Halal Labeling, Price, Promotion, Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mixue (Studi Terhadap Generasi Z di Wilayah Jakarta Barat)”. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, M.M., PH.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Cut Edwina Safia Oebit, SE., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Teristimewa, kedua orang tua dan kakak saya tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada sahabat saya Ranjani Maulidya dan Harry Muliawati yang telah selalu mendukung dan memotivasi saya selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Tangerang, 23 Juni 2023

Feby Kusuma Aryani

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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Perilaku Konsumen	13
a. Definisi Perilaku Konsumen	13
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
2. Keputusan Pembelian.....	19
a. Definisi Keputusan Pembelian	19
b. Proses Keputusan Pembelian.....	20
c. Dimensi Indikator Keputusan Pembelian.....	22
3. Labelisasi Halal.....	24
a. Definisi Label	24
b. Definisi Halal	26
c. Definisi Labelisasi Halal	27
d. Prosedur Mendapatkan Label Halal	29
e. Dimensi Indikator Labelisasi Halal	30
4. Harga	32

a. Definisi Harga	32
b. Fungsi Harga	33
c. Dimensi Indikator Harga	34
5. Promosi	35
a. Definisi Promosi.....	35
b. Tujuan Promosi	36
c. Dimensi Indikator Promosi	37
6. Penelitian Terdahulu.....	38
B. Pengembangan Hipotesis	42
1. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	42
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	43
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4. Kerangka Konseptual	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	47
1. Definisi Variabel.....	47
2. Operasional Variabel	49
D. Skala Pengukuran Variabel.....	52
E. Populasi dan Sampel	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel.....	53
F. Metode Pengumpulan Data	54
G. Metode Analisis Data	55
1. Analisa Deskriptif	56
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	56
a. Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	58
b. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model (Structural Model)</i> ...	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Analisis Deskriptif.....	65
1. Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian.....	65
2. Deskripsi Responden.....	67

3. Deskripsi Variabel	71
B. Analisis Data <i>Partial Least Square</i>	80
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran atau Outer Model (Measurement Model).....	81
2. Hasil Pengujian Model Struktural atau Inner Model (Structural Model).....	90
C. Pembahasan Hasil Penelitian	96
1. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (H1).....	96
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (H2).....	98
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (H3).....	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	101
A. Simpulan.....	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Hasil Pra-Survey	9
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1	Operasional Variabel	49
Tabel 3. 2	Skala Likert	53
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	70
Tabel 4. 5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Labelisasi Halal	71
Tabel 4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	73
Tabel 4. 7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	76
Tabel 4. 8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4. 9	Hasil Pengujian Outer Loading	81
Tabel 4. 10	Hasil Pengujian Outer Loading (Modifikasi ke-1).....	84
Tabel 4. 11	Hasil Pengujian AVE	86
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)	87
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornel Lacker)	88
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian Reliabilitas	90
Tabel 4. 15	Hasil Pengujian R-Square	91
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian Q-Square	92
Tabel 4. 17	Hasil Pengujian F-Square	93
Tabel 4. 18	Hasil Pengujian Hipotesis	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Peta Persebaran Mixue di Pulau Jawa.....	3
Gambar 1. 2	Sertifikasi Halal Mixue	5
Gambar 2. 1	Logo Label Halal MUI.....	28
Gambar 2. 2	Kerangka Konseptual	45
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma PLS	83
Gambar 4. 2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi ke-1).....	85
Gambar 4. 3	Hasil Uji Bootstraping.....	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra Survey.....	111
Lampiran 2	Kuesioner.....	113
Lampiran 3	Data Jawaban Responden	119
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskripsi Responden.....	134
Lampiran 5	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Jawaban Responden.....	136
Lampiran 6	Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	140
Lampiran 7	Hasil Pengujian Model Structural/Uji Hipotesis (Inner Model)...	145



UNIVERSITAS
MERCU BUANA