

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN  
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Konsumen Produk Nutella di Daerah Istimewa Yogyakarta )**

***THE INFLUENCE OF HALAL LABEL ON PURCHASE DECISION WITH RELIGIOSITY  
AS A INTERVENING VARIABLE***

*(Study of Customers Nutella Product in the Special Region of Yogyakarta)*

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

**ANNISA ARDININGRUM**

**20170410244**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini, saya :

Nama : Annisa Ardiningrum

Nomor Mahasiswa : 20170410244

Menyatakan bahwa bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Produk Nutella di Daerah Istimewa Yogyakarta)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 24 Maret 2021



Annisa Ardiningrum

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan kemudahan-Nya yang senantiasa mengiringi saya dalam proses menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini hingga titik akhir penyusunan skripsi. Persembahan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada:

1. Annisa Ardiningrum, selaku diri saya sendiri. Saya mau berterimakasih telah bertahan dan sampai pada titik saat ini, kamu hebat. Tetap sehat dan semangat mengejar ambisi dan jangan lupa sholat 5 waktu, sampai bertemu di kesuksesan dan menjadi pribadi lebih baik lagi.
2. Kedua orangtua Mami dan Papi saya tercinta dan tersayang yang telah memberikan dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materiil, selalu mengingatkan kepada saya selalu berbuat baik kepada semua orang, dan juga jangan pernah berhenti berdoa, berusaha, serta bersyukur.
3. Argya Pangestu, selaku adik saya yang menyebalkan tetapi masih mau saya suruh-suruh.
4. Bapak M. Miftahun Nadzir, BABA., MBA. selaku dosen pembimbing yang membimbing saya, dan menyalurkan ilmunya kepada saya dengan penuh kesabaran.
5. Teman – teman HIMAMA (Himpunan Mahasiswa Manajemen) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) yang telah membuat saya bisa belajar berkembang di dalam lingkungan kampus untuk menggali potensi dan memberikan energi positif serta banyak pelajaran untuk dapat diterapkan di kehidupan saya sendiri.
6. Semua teman - teman baik saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu selama sayaberada dilingkungan kampus dan lingkungan kerja yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi dari mulai awal kuliah hingga skripsi ini, semoga kalian yang telah membantu tetap sehat dan sukses selalu. Aamiin.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian terhadap Religiusitas sebagai Variabel Intervening. (Studi pada Konsumen Produk Nutella di Daerah Istimewa Yogyakarta). Objek penelitian ini adalah produk selai dan cokelat merk Nutella sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen produk selai dan cokelat merk Nutella di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah Responden sebanyak 130 orang konsumen produk selai dan cokelat Nutella di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dijalankan melalui program AMOS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Religiusitas, Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Religiusitas.

**Kata kunci: Label Halal, Keputusan Pembelian dan Religiusitas.**

## **ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of Label Halal, halal label on purchase decision with religiosity as a intervening variable. (Study of customers product (Study of Customers Nutella Product in the Special Region of Yogyakarta. The object of this research is Nutella products, while the subject of this research is the users of Nutella products in Yogyakarta Special Region. The sampling method in this study used nonprobability sampling with purposive sampling technique. The number of respondents as many as 130 users of Nutella Products in Yogyakarta Special Region. This study uses a Structural Equation Modeling (SEM) analysis tool which is run through the AMOS 21 program.*

*The results of this study indicate that Label Halal has a positive and significant effect on Religiosity, Label Halal has a positive and significant effect on Purchase Decision, Religiosity has a positive and significant effect on has a positive and significant effect on Purchase Decision, Label Halal have a positive and significant effect on Purchase Decision mediated by Religiosity*

***Keywords: Halal Label, Religiosity, and Purchase Decision.***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi pada konsumen produk Nutella di Daerah Istimewa Yogyakarta)” dengan lancar dan baik.

Penyusunan skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu dari persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dan disusun dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan minat pembelian pengguna dan juga memberikan ide untuk pengembangan penelitian yang akan datang.

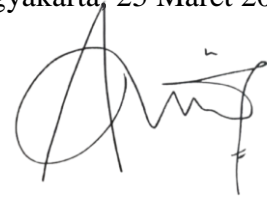
Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan, bimbingan serta dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA. selaku dosen pembimbingan skripsi, dengan penuh kesabaran dan banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan skripsi ini.

4. Segenap dosen pengajar dalam Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah menularkan dan mengajarkan ilmu yang sangat banyak.
5. Berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan juga semangat kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini ditulis dengan sebaik-baiknya, akan tetapi tentu masih terdapat kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari seluruh pihak sangat diharapkan, dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah wawasan.

Yogyakarta, 25 Maret 2021



Penulis

## DAFTAR ISI

<u>PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING</u> .....	i
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u> .....	ii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u> .....	iii
<u>PERNYATAAN</u> .....	iv
<u>MOTTO</u> .....	v
<u>PERSEMBAHAN</u> .....	vi
<b><u>INTISARI</u></b> .....	vii
<u>ABSTRACT</u> .....	viii
<u>KATA PENGANTAR</u> .....	ix
<u>DAFTAR ISI</u> .....	xi
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	xiii
<u>DAFTAR GAMBAR</u> .....	xiv
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u> .....	xv
<b><u>BAB I</u></b> .....	2
<b><u>PENDAHULUAN</u></b> .....	2
<u>A. Latar Belakang Penelitian</u> .....	2
<u>B. Rumusan Masalah</u> .....	6
<u>C. Tujuan Penelitian</u> .....	6
<u>D. Manfaat Penelitian</u> .....	7
<b><u>BAB II</u></b> .....	7
<b><u>TINJAUAN PUSTAKA</u></b> .....	7
<u>A. Landasan Teori</u> .....	7
<u>B. Hasil Penelitian Terdahulu</u> .....	14
<u>C. Pengembangan Hipotesis</u> .....	20
<b><u>BAB III</u></b> .....	24
<b><u>METODE PENELITIAN</u></b> .....	24
<u>A. Subjek dan Objek Penelitian</u> .....	24
<u>B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel</u> .....	24
<u>C. Jenis Data</u> .....	25
<u>D. Teknik Pengumpulan Data</u> .....	26
<u>E. Definisi Operasional Variabel Penelitian</u> .....	26
<u>F. Uji Kualitas dan Instrumen Data</u> .....	28
<u>G. Uji Hipotesis dan Alat Analisis</u> .....	29



<u>BAB IV</u> .....	33
<u>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</u> .....	33
<u>A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian</u> .....	33
<u><b>B. Uji Kualitas Instrumen dan Data</b></u> .....	37
<u>C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)</u> .....	39
<u>D. Pengujian Hipotesis</u> .....	48
<u>E. Pembahasan</u> .....	51
<u>BAB V</u> .....	53
<u>KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN</u> .....	53
<u><b>A. Kesimpulan</b></u> .....	53
<u><b>B. Keterbatasan Penelitian</b></u> .....	54
<u><b>C. Saran</b></u> .....	54
<u>DAFTAR PUSTAKA</u> .....	56
<u>LAMPIRAN</u> .....	58
<u>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian</u> .....	59
<u>Lampiran 2 Data Tabulasi</u> .....	64
<u>Lampiran 3 Uji Validitas</u> .....	70
<u>Lampiran 4 Uji Reliabilitas</u> .....	71
<u>Lampiran 5 Model Penelitian</u> .....	72
<u>Lampiran 6 Uji Normalitas</u> .....	73
<u>Lampiran 7 Uji Outlier</u> .....	74
<u>Lampiran 8 Degree of Freedom</u> .....	77
<u>Lampiran 9 <i>Goodness of Fit</i></u> .....	77
<u>Lampiran 10 Uji Hipotesis</u> .....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Fase 2 .....	1
Tabel 1.2 Barang Impor Konsumsi .....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Skala Likert .....	26
Tabel 3.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Penyebaran Kuesioner .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas .....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	42
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Outliers .....	44
Tabel 4.10 <i>Degrees of Freedom (Default Model)</i> .....	45
Tabel 4.11 Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	46
Tabel 4.12 Hubungan Antar Variabel .....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Direct .....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Indirect.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Label Halal MUI .....	8
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	22
Gambar 4.1 Model Penelitian Diagram Jalur .....	40
Gambar 4.2 Persamaan Struktural .....	41
Gambar 4.3 Nilai Batas Mahalonobis Distance .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	59
Lampiran 2 Data Tabulasi.....	64
Lampiran 3 Uji Validitas .....	70
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	71
Lampiran 5 Model Penelitian .....	72
Lampiran 6 Uji Normalitas .....	73
Lampiran 7 Uji Outlier.....	74
Lampiran 8 Degree of Freedom .....	77
Lampiran 9 Goodness of Fit .....	77
Lampiran 10 Uji Hipotesis .....	78