

TESIS

**PENGARUH HARGA, KESADARAN HALAL, LABEL HALAL DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
KEMASAN BERLABEL HALAL MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



Oleh :

DESVI PUTRI AMELIA

NIM. 1620318320008

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LAMBUNG
MANGKURAT BANJARMASIN**

2021

Lembar Persetujuan

Judul Tesis : **PENGARUH HARGA, KESADARAN HALAL, LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Nama : **DESVI PUTRI AMELIA**

NIM : **1620318320008**

Pembimbing I,



Dr. H.M. Riza Firdaus, SE., M.M
NIP. 19670909 199303 1 001

Pembimbing II,



Rusniati, SE., M.Si
NIP. 19721117 199702 2 004

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Dr. Zakhadi Ariffin, Drs., M.Si
NIP. 196002081987031001

Tanggal Lulus : 5 Juli 2021

Lembar Pengesahan

PENGARUH HARGA, KESADARAN HALAL, LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

TESIS

Oleh

DESVI PUTRI AMELIA
NIM. 1620318320008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) pada tanggal : 5 Juli 2021

Susunan Tim Penguji

Ketua

Prof. Dr. Marijati Sangen, M.M
NIP. 19470414 197510 2 001

Sekretaris

M. Yudy Rachman, SE., M.Si
NIP. 19821023 2005011 1 001

Pembimbing 1,

Dr. H.M. Riza Firdaus, SE., M.M
NIP. 19670909 199303 1 001

Pembimbing 2,

Rusniati, SE., M.Si
NIP. 19721117 199702 2 004

Mengetahui

Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Dr. Zulkhyadi Ariffin, Drs., M.Si
NIP. 196002081987031001

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah TESIS saya yang berjudul :

PENGARUH HARGA, KESADARAN HALAL, LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah TESIS ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia TESIS ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (**M.M**) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku (**UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70**).

Banjarmasin, 5 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Desvi Putri Amelia

NIM.1620318320008

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya akhirnya penulis bisa menyelesaikan tesis dengan judul Pengaruh Harga, Kesadaran Halal, Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Berlabel Halal Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. Penulisan tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Magister (S2) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tesis ini tidak akan dapat berjalan lancar dari awal sampai akhir tanpa adanya dukungan dan masukan dari Dosen Pembimbing dan pihak lainnya. Penulis sangat menghargai semua bimbingan, kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Atma Hayat, Drs, Ec, M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Zakhyadi Ariffin, Drs., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Dr. H.M. Riza Firdaus, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta sangat sabar membimbing dan mengarahkan penulis dan memotivasi dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Ibu Rusniati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang sangat sabar telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta sangat sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Ibu Prof. Dr. Marijati Sangen, MM atas kesediaannya sebagai penguji dengan memberikan kritik dan saran.
6. Bapak M. Yudy Rachman, SE., M.M atas kesediaannya sebagai penguji dengan memberikan kritik dan saran.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu bermanfaat bagi penulis.

8. Keluarga tercinta yang telah memberikan doa, motivasi dan bantuan baik secara moril maupun materil selama penulis kuliah dan mengerjakan tesis ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan selama penulis menjalani kuliah hingga tesis ini selesai.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan tesis ini yang tidak dapat dituliskan satu persatu.

Banjarmasin, 5 Juli
2021 Penulis

Desvi Putri Amelia

ABSTRAK

Desvi Putri Amelia (2021), “Pengaruh Harga, Kesadaran Halal, Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Berlabel Halal Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi”. Pembimbing: Dr. H. M. Riza Firdaus, SE., M.M dan Rusniati, SE., M.Si

Industri halal mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Halal menjadi indikator universal untuk jaminan kualitas produk dan standar hidup. Besarnya permintaan produk halal juga menjadi perhatian bagi pemerintah Indonesia, hal ini dapat dilihat dari Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 yang telah dirilis oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional yang dirilis pada tahun 2018 (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018). Pada masterplan ini pemerintah berfokus untuk mengembangkan potensi-potensi industri halal di berbagai sektor dan daerah di Indonesia. Salah satu daerah yang menjadi fokus adalah Kalimantan Selatan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kesadaran halal, label halal, kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan kemasan berlabel halal melalui citra merek sebagai variabel mediasi. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data yaitu analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square Structural Equation Modeling*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal dan kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek sedangkan harga dan label halal tidak berpengaruh terhadap citra merek. Berdasarkan *path analysis* citra merek yang dipengaruhi oleh kesadaran halal dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Halal, Makanan Kemasan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Desvi Putri Amelia (2021), *“The Effect of Price, Halal Awareness, Halal Labels and Product Quality on Purchasing Decisions of Halal-Labeled Packaged Food Through Brand Image as a Mediating Variable”*. Advisors: Dr. H. M. Riza Firdaus, SE., M.M and Rusniati, SE., M.Si

Keywords: *Halal, Packaged Food, Brand Image, Purchase Decision*

The halal industry has rapidly developed in recent years. Halal is a universal indicator for product quality assurance and living standards. The large demand for halal products is a concern for the Indonesian government, this can be seen from the 2019-2024 Indonesian Sharia Economic Master Plan, released by the Ministry of National Development Planning in 2018. The government reported that they focus on developing the potential of the halal industry in various sectors and regions in Indonesia. One of the focus areas for development is in South Kalimantan.

This research aims to determine the effect of price, halal awareness, halal labels, and product quality on purchasing decisions of halal-labeled packaged food through brand image as a mediating variable. This research is a quantitative research and data collection technique in this study using a questionnaire. The data analysis method is path analysis using the PLS-SEM (Partial Least Square Structural Equation Modeling) method.

The results show that halal awareness and product quality affected the brand image while halal prices and halal labels had no effect. Based on path analysis, the brand image which is influenced by halal awareness and product quality influences purchasing decisions.

Banjarmasin, October 24, 2023

Approved by:

Head of Language Center



Dr. Jumariati, M. Pd.

NIP. 197608062001122002

A.

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.4 MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 LANDASAN TEORI	9
2.1.1 HARGA.....	9
2.1.2 Kesadaran Halal (<i>Halal Awareness</i>)	12
2.1.4 Label Halal	15
2.1.4 Kualitas Produk	16
2.1.5 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	18
2.1.6. Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS.....	36
3.1 Kerangka Pikir.....	36
3.2 Hipotesis	37
BAB IV METODE PENELITIAN.....	41
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	41
4.2 Populasi dan Sampel	42

4.3	Definisi Operasional Variabel	43
4.4	Metode Pengumpulan Data	46
4.5	Metode Analisis Data	47
4.6	Uji Outlier.....	49
4.7	Statistik Deskriptif.....	46
4.8	Evaluasi Model Pengukuran.....	46
4.9	Pengujian Hipotesis.....	52
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
5.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
5.2	Karakteristik Responden	53
5.3	Uji Outlier	67
5.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	68
5.5	Analisis Structure Equation Modelling Partial Least Square (SEM PLS).....	80
5.6	Pengujian Hipotesis.....	94
5.7	Pembahasan.....	96
5.8	Implikasi Hasil Penelitian	103
5.9	Keterbatasan Penelitian	106
BAB VI KESIMPULAN & SARAN		107
6.1	Kesimpulan	107
6.2	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA		111

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan variabel penelitian ini dengan penelitian yang lalu.....	26
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 4.2 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert.....	47
Tabel 4.3 Parameter Uji Validitas dalam Model PLS.....	50
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku.....	55
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	56
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden	57
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	58
Tabel 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	59
Tabel 5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan Responden	60
Tabel 5.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Makanan Yang Sering Dibeli	61
Tabel 5.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Halal Selain Produk Makanan Yang Sering Dibeli.....	62
Tabel 5.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Desain Yang Baik Dari Kemasan Makana Halal.....	63
Tabel 5.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Produk Makanan Kemasan Halal Yang Mudah Diingat.....	64
Tabel 5.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Bagian Produk Yang Mudah Dikenali Sebagai Produk Makanan Kemasan Halal.....	66
Tabel 5.14 Kriteria Penilaian Indikator Pada Variabel Penelitian	69
Tabel 5.15 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	70
Tabel 5.16 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Indikator Indikator Harga (X1)	70
Tabel 5.17 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Halal (X2)	72
Tabel 5.18 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Label Halal (X3)	73
Tabel 5.19 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X4).....	75
Tabel 5.20 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (Y1)	77

Tabel 5.21 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y2).....	78
Tabel 5.22 Parameter Uji Validitas Konvergen dalam Model PLS.....	82
Tabel 5.23 Faktor Loading.....	83
Tabel 5.24 Faktor Loading.....	85
Tabel 5.25 Average Variance Extracted (AVE)	86
Tabel 5.26 Parameter Uji Validitas Diskriminan dalam Model PLS.....	87
Tabel 5.27 Cross Loading.....	87
Tabel 5.28 Tabel Fornell-Larcker Criterion.....	88
Tabel 5.29 Cronbach's Alpha	89
Tabel 5.30 Composite Reliability	90
Tabel 5.31 Nilai R Square.....	91
Tabel 5.32 Path Coefficients dan T-Statistics.....	92
Tabel 5.33 Nilai T-table.....	94
Tabel 5.34 Tabel Hasil Analisis Jalur	94
Tabel 5.35 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 3.1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 5.1 Garis Kontinum.....	69
Gambar 5.1 Diagram Konseptual Model Partial Least Square.....	80
Gambar 5.2 Hasil Uji Outer Model (Estimasi Awal).....	82
Gambar 5.3 Hasil Uji Outer Model (Estimasi Ulang).....	84
Gambar 5.4 Diagram Nilai T Statistic.....	93