

PENGARUH LABEL HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MIXUE TAMAN MALAKA BUARAN

THE INFLUENCE OF HALAL LABELING AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON PRODUCT PURCHASING DECISIONS AT MIXUE TAMAN MALAKA BUARAN

Oleh:

Suci Oktaviani

2021410034

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Pada Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2025

PENGARUH LABEL HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MIXUE TAMAN MALAKA BUARAN

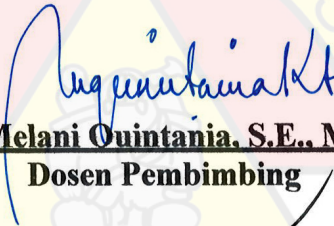
THE INFLUENCE OF HALAL LABELING AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON PRODUCT PURCHASING DECISIONS AT MIXUE TAMAN MALAKA BUARAN.

Oleh:


Suci Oktaviani
2021410034

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen Pada Universitas Darma Persada
Jakarta, 17 Juli 2025



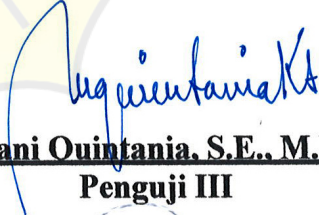
Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd
Dosen Pembimbing



Dr. Firsan Nova, S.E., M.M
Penguji I




Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M
Penguji II



Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd
Penguji III



Dr. Sukardi, S.E., M.M
Dekan Fakultas Ekonomi



Dedi Damhudi, S.E., M.M
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Suci Oktaviani

Nim : 2021410034

Jurusan/Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Label Halal *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Mixue Taman Malaka Buaran** yang dibimbing oleh Ibu Dr. Melani Quintania, S.E., M.P.d adalah benar merupakan hasil karya tulis sendiri. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 17 Juli 2025

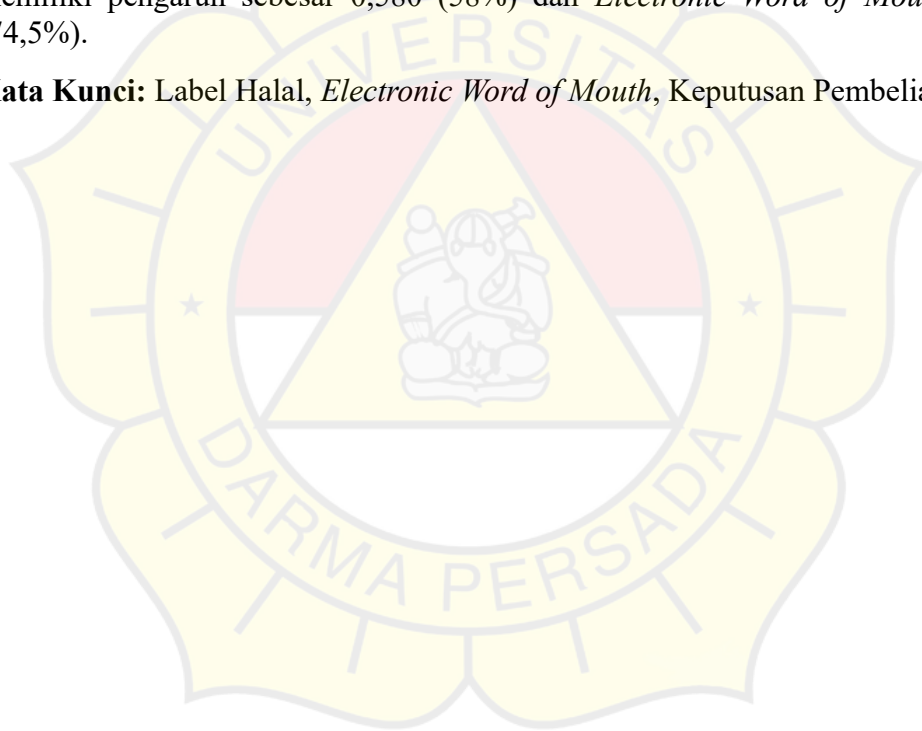


Suci Oktaviani

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Mixue Taman Malaka Buaran. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang melakukan pembelian Mixue minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir, pengambilan teknik sampel yang dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Besarnya 0,796 (79,6%) yang berarti variabel Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* dapat dijelaskan dipengaruhi oleh Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya 20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Secara parsial Label Halal memiliki pengaruh sebesar 0,580 (58%) dan *Electronic Word of Mouth* 0,745 (74,5%).

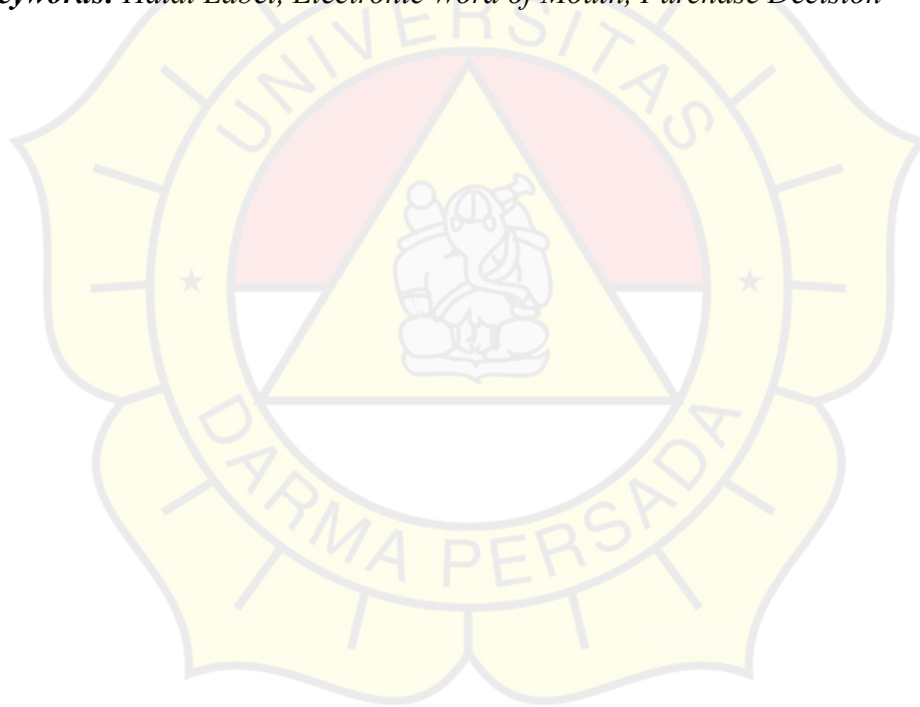
Kata Kunci: Label Halal, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how much influence the Halal Label and Electronic Word of Mouth have on the Buaran Malaka Park Mixue Purchasing Decision. This research was conducted using data collection methods by distributing questionnaires to 100 respondents who purchased Mixue at least 1 time in the last 3 months, sampling techniques using non-probability sampling methods with purposive sampling techniques and using multiple linear regression analysis tools. The results of this study indicate that the Halal Label and Electronic Word of Mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions. The amount is 0.796 (79.6%), which means that the Halal Label and Electronic Word of Mouth variables can be explained by the Purchasing Decision, while the remaining 20% is influenced by other variables not tested in this study. Partially, the Halal Label has an influence of 0.580 (58%) and Electronic Word of Mouth 0.745 (74.5%).

Keywords: *Halal Label, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan membuat sehingga dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“PENGARUH LABEL HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MIXUE TAMAN MALAKA BUARAN”** ini dengan baik sesuai dengan jadwal. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan skripsi untuk program Pendidikan Stara Satu (S1) Program Studi Manajemen di Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan juga dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang Tua Penulis yang tercinta yaitu Alm Bapak Sugino dan Ibu Aliyah yang telah memberikan segala dukungan, semangat, perhatian, do'a serta yang telah membesarkan dan mendidik Penulis dalam limpahan kasih sayang. Terima kasih atas apa yang telah diberikan kepada Penulis yang tidak akan bisa dibandingkan dan digantikan dengan apapun.
2. Ibu Dr. Melani Quintania, SE, M.Pd selaku Dosen Pembimbing dalam proposal skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.

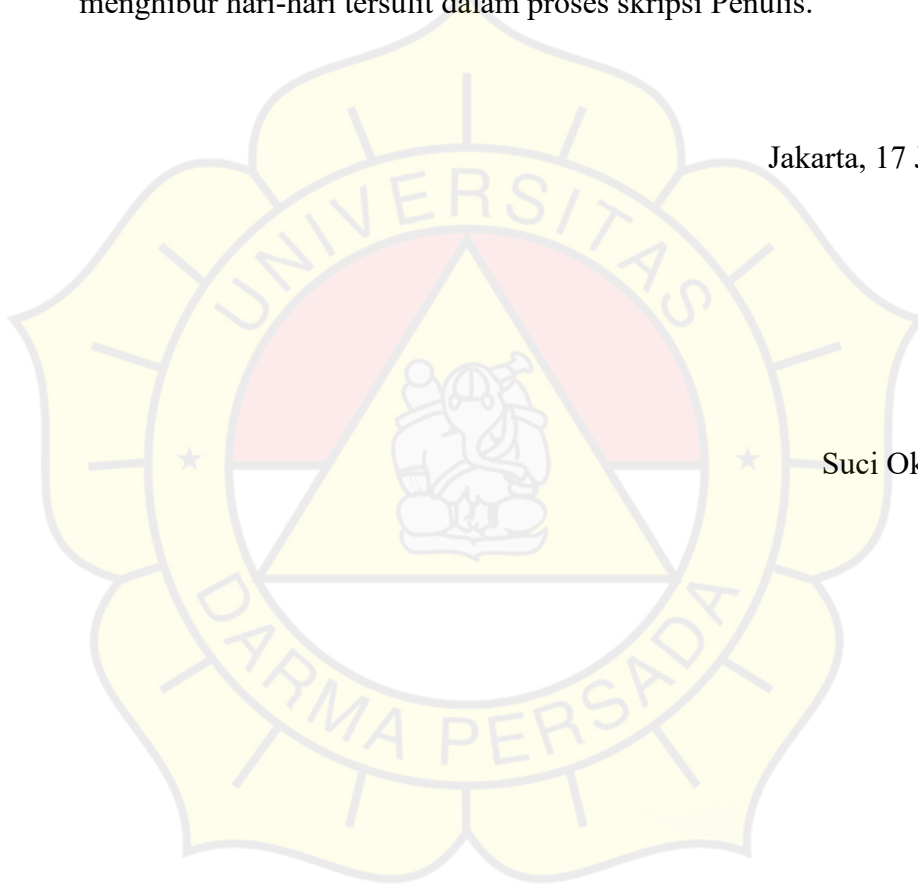
3. Bapak Dedi Damhudi, SE, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Dr. Sukardi, SE, MM. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Ketiga saudara kandung saya Dodi Supriyatna, Evi Sumiati, dan Siti Maisaroh, terimakasih banyak atas dukungan secara moril atau materil untuk adik terakhirnya, terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga Penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
6. Kedua saudara ipar saya Yogo Kurniawan dan Iyan Ahmad Yani yang selalu memberi dorongan serta doa yang tulus untuk adik iparnya, sehingga Penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Teman- teman seperjuangan dari maba sampai dengan sekarang Nurlita Tri Wulandari, Putri Shoffiyah, Rahmah Nazilah, Khasanah Handayani, Dewanti Friskah, Mila Cahyaningsih, Syaniah Maulida Terima kasih atas suka dan duka yang telah kita lalui dan sudah menjadi teman senang maupun susah dari semester awal hingga sampai saat ini, semoga kita semua menjadi orang yang sukses di masa depan.
8. Kepada Sahabat saya Daffana Nirva Aleyda, Amelia Azahra, Kania Maharani Safa dan Mutia Rahma terima kasih banyak telah menghibur hari-hari tersulit dalam proses skripsi Penulis dan terima kasih telah menjadi *supportsystem* terbaik yang pernah ada dan tidak ada habis nya memberikan hiburan, dukungan, semangat, tenaga, serta bantuan yang

senantiasa sabar dalam menghadapi saya, terimakasih telah menjadi teman senang maupun susah semoga, kita semua menjadi orang yang sukses dimasa depan.

9. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Fatih, Shihan, Galih, Difa, Satria, Rendy, Fhadel, Aspil, Farel, Gilang terimakasih banyak telah menghibur hari-hari tersulit dalam proses skripsi Penulis.

Jakarta, 17 Juli 2025

Suci Oktaviani



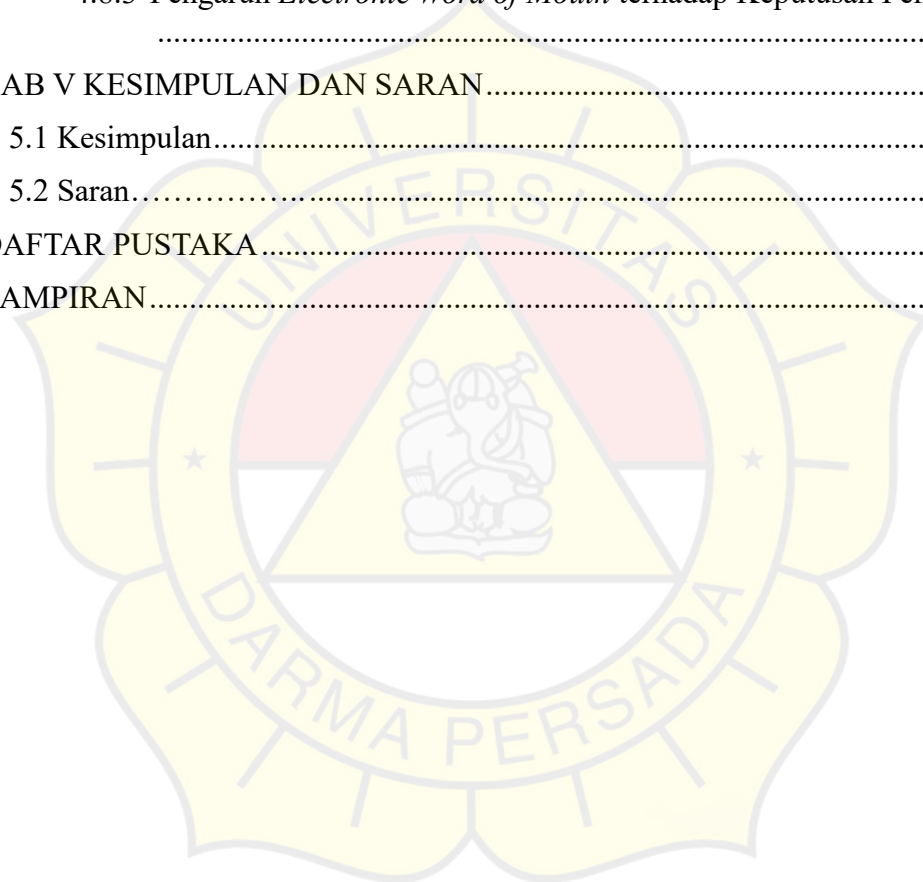
DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	14
1.2.3 Rumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1. Landasan Teori	17
2.1.1. Pemasaran	17
2.1.2. Manajemen Pemasaran	18
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	19
2.1.4. Label Halal.....	21
2.1.5. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	22
2.1.7. Keputusan Pembelian	26
2.3. Kerangka Pemikiran	36
2.4. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Metode yang Digunakan.....	41
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	42

3.3 Operasional variabel.....	42
3.4 Sumber dan cara penentuan data	55
3.4.1 Sumber dan Jenis Data.....	55
3.4.2 Cara penentuan data.....	56
3.4.3 Teknik Sampling	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	60
3.6.3 Alat dan Analisis Data	64
3.6.4 Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	71
4.1.1 Sejarah Sinkat Mixue Ice Cream & Tea	71
4.2 Hasil Penelitian.....	73
4.2.1 Karakteristik Responden.....	73
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	74
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	77
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	78
4.4 Uji Keabsahan data.....	82
4.4.1 Uji Validitas	82
4.4.2 Uji Reliabilitas	84
4.5 Uji Asumsi Klasik	85
4.5.1 Uji Normalitas.....	85
4.5.2 Uji Multikolinieritas	87
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	88
4.6 Alat Analisis	89
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	89
4.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	91
4.6.3. Koefisien Korelasi	93
4.6.4. Koefisien Determinasi (R^2)	94

4.7 Uji Hipotesis.....	97
4.7.1 Uji Statistik F.....	97
4.7.2 Uji Statistik T.....	98
4.8 PEMBAHASAN	101
4.8.1 Pengaruh Label Halal dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	102
4.8.2 Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	103
4.8.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga Mixue dan Para Kompetitornya	5
Tabel 1.2	Pendapatan Mixue <i>Ice Cream & Tea</i> Pada Tahun 2020 – 2024	5
Tabel 1.3	Ulasan Mixue <i>Ice Cream & Tea</i> Pada Tahun 2020 – 2024	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasional Variabel	42
Tabel 3.2	Skala Likert	60
Tabel 3.3	Rentang Skala	65
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	67
Tabel 3.5	Tingkat Koefisien Determinasi (R^2)	68
Tabel 4.1	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4.2	Berdasarkan Usia Responden	74
Tabel 4.3	Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Tabel 4.4	Berdasarkan Status Pekerjaan	76
Tabel 4.5	Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan	77
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif	78
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.9	Uji Normalitas	86
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	90
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	91
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 4.14	Hasil Uji Korelasi	93
Tabel 4.15	Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Berganda	94
Tabel 4.16	Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Label Halal (X_1) terhadap Keputusan Pembelian	95
Tabel 4.17	Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana <i>Electronic Word of Mouth</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian	96

Tabel 4.18	Hasil Uji F	97
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial Label Halal (X_1) terhadap Keputusan Pembelian(Y)	98
Tabel 4.20	Hasil Uji T Parsial <i>Electronic Word of Mouth</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	100
Tabel 4. 21	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jaringan Makanan dan Minuman Cepat Saji Terbanyak di Dunia 2023	2
Gambar 1.2 Jumlah Gerai <i>BrandTea</i> di Asia Tenggara 2024.....	3
Gambar 1.3 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia	4
Gambar 1.4 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama	7
Gambar 1.5 Logo halal di gerai Mixue	8
Gambar 1.6 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2024	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Logo Mixue <i>Ice Cream & Tea</i>	70
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal	85
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2 Profil Responden	121
Lampiran 3 Hasil Tabulasi data (kuesioner) variabel X ₁ Label Halal.....	128
Lampiran 4 Hasil Tabulasi data (kuesioner) variabel X ₂ <i>Electronic Word Of Mouth</i>	133
Lampiran 5 Hasil Tabulasi data (kuesioner) variabel Y Keputusan Pembelian .	138
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif.....	143
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	152
Lampiran 8 Hasil <i>Output</i> Uji Reliabilitas	160
Lampiran 9 Hasil <i>Output</i> Uji Asumsi Klasik	161
Lampiran 10 Hasil <i>Output</i> Uji Analisis Data	163
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	165
Lampiran 12 Tabel R.....	167
Lampiran 13 Tabel F	169
Lampiran 14 Tabel t	171
Lampiran 15 Bukti Penyebaran Kuesioner secara langsung di gerai Mixue Taman Malaka Buaran.....	172
Lampiran 16 Bukti <i>Electronic Word of Mouth</i> di media sosial.....	174
Lampiran 17 Catatan Kegiatan Konsultasi Skripsi	177
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup.....	178