

**PERAN LABELISASI HALAL, HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN AI-CHA ICE CREAM & TEA
SUMMARECON BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh:
Roddiyah Cahyani
201910325046**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Peran Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas
Produk Terhadap Minat Beli Konsumen
Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon
Bekasi

Nama Mahasiswa : Roddiyah Cahyani
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325046
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Andrian, S.E., M.M.
NIDN: 0321077102


Franciscus Dwikotjo Sri S, S.T., M.M.
NIDN: 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas
Produk Terhadap Minat Beli Konsumen
Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon
Bekasi

Nama Mahasiswa : Roddiyah Cahyani
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325046
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.
NIDN: 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, S.E., M.S.M.
NIDN: 0317117801

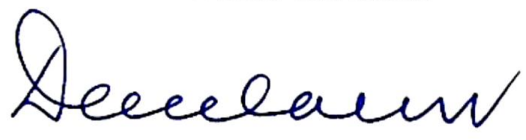
Penguji : Andrian, S.E., M.M.
NIDN: 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN: 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN: 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Peran Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Roddiyah Cahyani

201910325046

ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk mengukur peran labelisasi halal, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea pada tahun 2023 di *outlet* Summarecon Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan semua konsumen yang sudah pernah membeli Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi dengan minimal 1-3 kali pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel *purposive sampling* dan menggunakan rumus Hair untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 190 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 1) Labelisasi Halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. ; 2) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. ; 3) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. ; 4) Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: *Labelisasi Halal, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli.*

ABSTRACT

This research is used to measure the role of halal labeling, price and product quality on consumer buying interest in Ai-Cha Ice Cream & Tea in 2023 at the Summarecon Bekasi outlet. This research is a quantitative research in which the objects used are all consumers who have purchased Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi with a minimum 1-3 purchases. This research was conducted using a purposive sampling technique and used the Hair formula to determine the number of research samples. The number of samples used in this study is 190 respondents. The design used in this study is hypothesis testing using multiple linear regression analysis techniques with SPSS version 26 application tools.

Based on the results of this study, it explains that 1) Halal Labeling partially has no significant effect on Purchase Intention; 2) Price partially has a significant effect on Purchase Intention; 3) Product Quality has a significant effect on Purchase Intention; 4) Halal Labeling, Price and Product Quality simultaneously has a significant effect on Purchase Intention.

Keywords: Halal Labeling, Price, Product Quality, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi”** dimana skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana S1 dalam Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis mengakui dan menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis miliki sehingga penulis memohon untuk kritik dan saran yang bersifat membangun dan menjadi pembelajaran bagi penulis. Dan tidak lepas penulis mendapatkan kesempatan dan dukungan dari banyak pihak serta nasihat-nasihat yang baik bagi penulis.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, izinkan penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M. selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

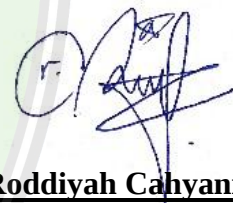
4. Bapak Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik saya dari semester 1 sampai 8.
5. Bapak Andrian, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah memberikan bantuan, saran serta arahan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing Pendamping, yang telah membantu memberi arahan, petunjuk dan saran dalam teknis penulisan skripsi saya.
7. Kepada seluruh dosen dan staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan banyak dukungan dan nasihat serta ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama masa pendidikan di kampus tercinta.
8. Kepada kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan, menemani, memberikan semangat sehingga penulis ini dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Kepada teman seperjuangan saya terutama Shindy Windasari yang telah berjuang bersama dari semester 1 sampai 8 yang selalu memberikan semangat, motivasi dan menghibur sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman kelas A1 yang telah berjuang bersama, serta yang telah banyak juga menemani saya selama berkuliah di kampus tercinta kita Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

11. Responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner untuk pengumpulan data. Dan pihak yang terlibat baik langsung ataupun tidak langsung dimana peneliti tidak dapat menyebutkan nama seluruhnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dan momohon maaf tidak bisa menyebutkan satu per satu. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini semoga kebbaikannya dibalas oleh Allah SWT Aamiin.

Jakarta, 14 Juli 2023

Penulis,



Roddiyah Cahyani

201910325046

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Telaah Teoritis	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.3 Perilaku Konsumen	11

2.1.4 Labelisasi Halal	12
2.1.5 Harga	15
2.1.6 Kualitas Produk	17
2.1.7 Minat Beli	21
2.2 Telaah Empiris	22
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.3.1 Pengaruh Antara Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli	24
2.3.2 Pengaruh Antara Harga Terhadap Minat Beli	24
2.3.3 Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	25
2.3.4 Pengaruh Antara Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Tahapan Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Skala Pengukuran dan Definisi Operasional Variabel	32
3.6.1 Skala Pengukuran	32
3.6.2 Definisi Operasional Variabel	33

3.7 Metode Analisis Data	34
3.7.1 Uji Kualitas Data	34
3.7.2 Analisis Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Ai-Cha Ice Cream & Tea	39
4.1.1 Sejarah Ai-Cha Ice Cream & Tea.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Ai-Cha Ice Cream & Tea.....	44
4.1.3 Lokasi Ai-Cha Ice Cream & Tea.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi Ai-Cha Ice Cream & Tea	46
4.2 Deskripsi Data	47
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden	48
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3.1 Uji Kualitas Data	55
4.3.2 Analisis Data	59
4.4 Pembahasan Penelitian.....	64
4.4.1 Pengaruh Antara Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli	64
4.4.2 Pengaruh Antara Harga Terhadap Minat Beli	67
4.4.3 Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	70
4.4.4 Pengaruh Antara Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	76
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81

5.2 Keterbatasan	82
5.3 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Telaah Empiris	23
Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 3. 2 Operasional Varibel Penelitian	33
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Seberapa Sering Konsumen Membeli Produk Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi.....	49
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Labelisasi Halal	50
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	52
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Minat Beli	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Minat Konsumsi Es Krim Menurut Subwilayah.....	2
Gambar 1. 2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumsi Es Krim	3
Gambar 1. 3 Pertanyaan Konsumen Mengenai Labelisasi Halal Produk Ai-Cha Ice Cream & Tea	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4. 1 Logo Ai-Cha Ice Cream & Tea.....	39
Gambar 4. 2 Varian Menu Ice Cream Cone	40
Gambar 4. 3 Varian Menu Ai-Cha Sund-Ai.....	41
Gambar 4. 4 Varian Menu Ai-Smoothies	42
Gambar 4. 5 Varian Menu Real Fruit Tea	43
Gambar 4. 6 Varian Menu Milk Tea.....	43
Gambar 4. 7 Lokasi Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi.....	45
Gambar 4. 8 Struktur Organisasi Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi	47
Gambar 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme
Lampiran 2 Uji Referensi
Lampiran 3 Buku Bimbingan Skripsi
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
Lampiran 5 Hasil Kuesioner Penelitian
Lampiran 6 Hasil Analisis Data Kuesioner
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

