



**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI  
PADA RUMAH ROTI KARTINI KUDUS**

Oleh :

**MUHAMAD SAIFUDIN NAFIS**

NIM 2013-11-008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2020**



**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI  
PADA RUMAH ROTI KARTINI KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**MUHAMAD SAIFUDIN NAFIS**

NIM 2013-11-008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2020**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENGARUH LABELISASI HALAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA RUMAH ROTI KARTINI KUDUS

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

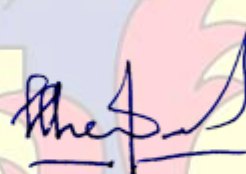
Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Dina Lusianti, SE., MM.  
NIDN. 0630098401



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.  
NIDN. 0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM  
NIDN. 0618066201

Sutono, SE., M.M., Ph.D  
NIDN. 0626017003

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah ”

(Thomas Alfa Edison)



### PERSEMBAHAN :

- ❖ *Bapak dan Ibu yang Tersayang*
- ❖ *Sahabat seperjuangan*
- ❖ *Almamater*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA RUMAH ROTI KARTINI KUDUS”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., selaku Dekan Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE, MM., AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. H. Mochamad Edris. Drs., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Sutono, SE., M.M., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi.

7. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin*.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, Agustus 2020

Penulis,

**Muhamad Saifudin Nafis**

NIM 201311008

**Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Rumah Roti Kartini Kudus**

**Muhamad Saifudin Nafis**

NIM 201311008

Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris. Drs., M.M.  
2. Sutono, SE., M.M., Ph.D

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh labelisasi halal dan *brand image* terhadap keputusan pembelian di Rumah Roti Kartini Kudus. Menguji pengaruh labelisasi halal dan *brand image* terhadap minat beli di Rumah Roti Kartini Kudus. Menguji pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian di Rumah Roti Kartini Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah pelanggan Rumah Roti Kartini Kudus yang berjumlah 180 responden dan pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Teknik pengumpulan data variabel dengan menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Labelisasi halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Roti Kartini Kudus, sesuai dengan nilai CR sebesar  $1,367 < 1,975$  dengan probabilitas sebesar  $0,172 > 0,05$ . *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Roti Kartini Kudus, sesuai dengan nilai CR sebesar  $2,843 > 1,975$  dengan probabilitas sebesar  $0,004 < 0,05$ . Labelisasi halal berpengaruh terhadap minat beli di Rumah Roti Kartini Kudus, sesuai dengan nilai CR sebesar  $3,657 > 1,975$  dengan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . *Brand image* berpengaruh terhadap minat beli di Rumah Roti Kartini Kudus, sesuai dengan nilai CR sebesar  $4,342 > 1,975$  dengan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Roti Kartini Kudus, sesuai dengan nilai CR sebesar  $4,403 > 1,975$  dengan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci : labelisasi halal, brand image, keputusan pembelian, minat beli.**

Daftar pustaka : 48 (tahun 2011-2019).

***The Effect of Halal Labeling and Brand Image on Purchasing Decisions  
through Purchase Intention at Rumah Roti Kartini Kudus***

**Muhamad Saifudin Nafis**

NIM 201311008

Lecturer : 1. Dr. H. Mochamad Edris. Drs., M.M.  
2. Sutono, SE., M.M., Ph.D

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the effect of halal labeling and brand image on purchasing decisions at Rumah Roti Kartini Kudus. Test the effect of halal labeling and brand image on buying interest at Rumah Roti Kartini Kudus. Testing the effect of buying interest on purchasing decisions at Rumah Roti Kartini Kudus. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is the customer of Rumah Roti Kartini Kudus, amounting to 180 respondents and the sample is taken using random sampling method. Variable data collection techniques using a questionnaire technique. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling. The results showed that halal labeling had no effect on purchasing decisions at Rumah Roti Kartini Kudus, according to the CR value of  $1.367 < 1.975$  with a probability of  $0.172 > 0.05$ . Brand image affects purchasing decisions at Rumah Roti Kartini Kudus, according to the CR value of  $2.843 > 1.975$  with a probability of  $0.004 < 0.05$ . Halal labeling affects buying interest at Rumah Roti Kartini Kudus, according to the CR value of  $3.657 > 1.975$  with a probability of  $0.000 < 0.05$ . Brand image affects buying interest at Rumah Roti Kartini Kudus, according to the CR value of  $4.342 > 1.975$  with a probability of  $0,000 < 0.05$ . Purchasing interest affects purchasing decisions at Rumah Roti Kartini Kudus, according to the CR value of  $4.403 > 1.975$  with a probability of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords: halal labeling, brand image, purchase decisions, buying interest.**

*References: 48 (2011-2019).*



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	6
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Labelisasi Halal .....	10
2.1.1 Pengertian Label .....	10
2.1.2 Pengertian Labelisasi Halal .....	11
2.1.3 Logo Labelisasi Halal .....	13
2.2 <i>Brand Image</i> .....	14
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	14
2.2.2 Faktor-Faktor Pendukung Terbentuknya <i>Brand Image</i> .....	16

	Halaman
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	18
2.3 Minat Beli .....	18
2.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	22
2.4.2 Pengambilan Keputusan Pembelian .....	25
2.4.3 Tahap Keputusan Pembelian .....	26
2.5 Pengaruh antar Variabel.....	29
2.5.1 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.5.3 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli .....	33
2.5.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli .....	35
2.5.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.6 Penelitian Terdahulu .....	38
2.7 Kerangka Pemikiran.....	42
2.8 Hipotesis.....	44
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Rancangan Penelitian.....	46
3.2. Variabel Penelitian.....	47
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	48
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	50
3.5. Populasi dan Sampel.....	51
3.6. Pengumpulan Data.....	52
3.7. Analisis Data.....	52
 <b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	Halaman 59
4.1.1 Sejarah Singkat Rumah Roti Kartini Kudus.....	59

4.1.2 Ruang Lingkup Bidang Usaha Rumah Roti Kartini Kudus.....	59
4.1.3 Organisasi dan Manajemen Rumah Roti Kartini Kudus.....	60
4.1.4 Tenaga Kerja Rumah Roti Kartini Kudus .....	61
4.1.5 Harga Produk Rumah Roti Kartini Kudus.....	61
4.1.6 Pelayanan Rumah Roti Kartini Kudus.....	62
4.1.7 Lokasi Rumah Roti Kartini Kudus .....	63
4.2. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	64
4.3. Analisis Deskriptif .....	65
4.4. Kelayakan Estimasi Parameter.....	69
4.4.1 Uji Validitas.....	70
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	76
4.5. Analisis Inferensial.....	77
4.5.1 Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM .....	77
4.5.1.1 Normalitas Data .....	78
4.5.1.2 <i>Outliers</i> .....	79
4.5.1.3 <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	79
4.6. Pengujian Hipotesis.....	80
4.6.1 Analisis Pengaruh Langsung .....	82
4.7. Besar <i>Total Effect</i> .....	84
4.8. Pembahasan.....	86
4.8.1 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	86
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	88
4.8.3 Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli .....	90
4.8.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli .....	92
4.8.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	94

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	96
5.2. Saran-saran.....	96

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Bakery di Kudus Tahun 2015-2019 .....	5
Tabel 1.2 Data Labelisasi Halal Produk Bakery di Kudus .....	6
Tabel 2.1 Bentuk <i>Labeling</i> .....	10
Tabel 3.1 Penilaian Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Model</i> .....	57
Tabel 4.1 Tabulasi Responden.....	64
Tabel 4.2 Nilai Indeks Variabel Labelisasi Halal .....	66
Tabel 4.3 Nilai Indeks Variabel <i>Brand Image</i> .....	67
Tabel 4.4 Nilai Indeks Variabel Minat Beli.....	68
Tabel 4.5 Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen .....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen.....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	76
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 4.11 Uji Normalitas Data.....	78
Tabel 4.12 Uji <i>Multivariate Outliers</i> .....	79
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Kelayakan Model .....	80
Tabel 4.14 <i>Regression Weights</i> .....	81
Tabel 4.15 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM .....	83
Tabel 4.16 Besar <i>Total Effect</i> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Halal .....	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	44
Gambar 4.1 <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Eksogen</i> .....	70
Gambar 4.2 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen.....	72
Gambar 4.3 <i>Full Measurement</i> .....	74
Gambar 4.3 <i>Full Model</i> .....	82



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran 3 Hasil Olah Data AMOS
- Lampiran 4 Frekuensi Data

