



**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL DAN
PENGETAHUAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI
KASUS PADA UMKM RAMITHA HERBAL)**

Diajukan Oleh:

RAHMAT ARIFIN

201911260

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL DAN
PENGETAHUAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI
KASUS PADA UMKM RAMITHA HERBAL)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh:

RAHMAT ARIFIN

201911260

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL DAN
PENGETAHUAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI
KASUS PADA UMKM RAMITHA HERBAL)


Nama : RAHMAT ARIFIN
NIM : 201911260
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024


Mengetahui

Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701


Pembimbing I


(Dr. Dwi Soegiarso, S.E., M.M.)

NIDN. 0620117103

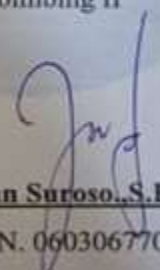
Mengetahui

Dekan


(Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.)

NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Bersujudlah”

Bersujudlah Ketika Kamu Merasa Lelah Dan Seakan Ingin Menyerah,
Ketahuilah Sesungguhnya Pertolongan Allah Hanya Berjarak Antara
Kening Dan Sajadah

Persembahan:

Karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

“Terimakasih kepada Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan
serta kepercayaan kepada saya selama ini”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal Dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada Umkm Ramitha Herbal)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, banyaknya hambatan, tantangan, dan kesulitan yang penulis hadapi, akan tetapi berkat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak penyusunan skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M. Si. Selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kelancaran bagi penulis dalam menjalankan perkuliahan.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M. M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kelancaran bagi penulis dalam menjalankan perkuliahan.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M. M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kelancaran bagi penulis dalam menjalankan perkuliahan.

4. Dr. Dwi Soegiarto.,S.E.,M.M. Selaku dosen Pembimbing I yang telah berkenan dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini
5. Iwan Suroso.,S.E.,M.M.,CFP. Selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis selama menempuh perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Pemilik UMKM Ramitha Herbal Ibu Yuli Sanjoto,S.Si yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan penyebaran kuesioner.
8. Kepada Bapak Ibu tercinta, yang telah bekerja keras untuk membesarkan, mendidik, mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Para guru dan sahabat saya yang memberikan motivasi dan memberikan semangat kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

Kudus, 01 November 2023
Penulis

RAHMAT ARIFIN
201911260

ABTRAKSI

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL DAN PENGETAHUAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA UMKM RAMITHA HERBAL)

RAHMAT ARIFIN

NIM : 2019-11-260

Pembimbing : 1. Dr. Dwi Soegiarto.,S.E.,M.M.

2. Iwan Suroso.,S.E.,M.M.,CFP.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal dan pengetahuan halal terhadap keputusan konsumen melalui minat beli sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Umkm Ramitha Herbal). Sampel penelitian ini sebanyak 115 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli, kesadaran halal berpengaruh positif terhadap minat beli, pengetahuan halal berpengaruh positif terhadap minat beli, sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, pengetahuan halal tidak berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Pengetahuan Halal, Minat Beli, Keputusan Konsumen.

ABTRACTION

THE INFLUENCE OF HALAL CERTIFICATION, HALAL AWARENESS AND HALAL KNOWLEDGE ON CONSUMER DECISIONS THROUGH PURCHASE INTENTION AS AN INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY ON RAMITHA HERBAL UMKM)

RAHMAT ARIFIN

NIM : 2019-11-260

Pembimbing : 1. Dr. Dwi Soegiarto., S.E., M.M.

2. Iwan Suroso., S.E., M.M., CFP.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

This research was conducted to determine the effect of halal certification, halal awareness and halal knowledge on consumer decisions through purchase intention as an intervening variable (Case Study at Umkm Ramitha Herbal). The sample for this research was 115 respondents.

The research results show that halal certification has a positive effect on buying interest, halal awareness has a positive effect on buying interest, halal knowledge has a positive effect on buying interest, halal certification has a positive effect on consumer decisions, halal awareness has a positive effect on consumer decisions, halal knowledge has no positive effect on consumer decisions, buying interest has a positive effect on consumer decisions.

Keywords: Halal Certification, Halal Awareness, Halal Knowledge, Purchase Intention, Consumer Decision.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACTION.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR DAFAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Sertifikasi Halal.....	12
2.1.1 Pengertian Sertifikasi halal.....	12
2.1.2 Manfaat Sertifikasi Halal.....	13
2.1.3 Indikator Sertifikasi halal.....	17
2.2 Kesadaran Halal.....	20
2.2.1 Pengertian kesadaran halal.....	20
2.2.2 Manfaat Kesadaran Halal.....	21
2.2.3 Indikator kesadaran halal.....	22
2.3 Pengetahuan Halal.....	23
2.3.1 Pengertian Pengetahuan.....	23
2.3.2 Jenis- jenis pengetahuan produk halal.....	24
2.3.3 Indikator Pengetahuan halal.....	26

2.4	Minat Beli	27
2.4.1	Pengertian Minat Beli.....	27
2.4.2	Indikator Minat Beli	28
2.5	Keputusan Konsumen	30
2.5.1	Pengertian Keputusan Konsumen.....	30
2.5.2	Faktor- Faktor yang memengaruhi Keputusan konsumen.....	31
2.5.3	Indikator Keputusan konsumen	32
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	34
2.6.1	Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli.....	34
2.6.2	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli	35
2.6.3	Pengaruh pengetahuan Halal Terhadap Minat Beli.....	35
2.6.4	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Konsumen	36
2.6.5	Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen	36
2.6.6	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Konsumen.....	36
2.6.7	Pengaruh Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Konsumen.....	37
2.7	Penelitian Terdahulu	38
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.9	Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN.....		45
3.1.	Rencana Penelitian.....	45
3.2.	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	45
3.2.1	Variabel Penelitian	46
3.2.2	Definisi Operasional.....	46
3.3.	Jenis Dan Sumber Data.....	51
3.3.1	Data Primer.....	52
3.3.2	Data Sekunder	52
3.4.	Populasi Dan Sampel	52
3.4.1	Populasi	52
3.4.2	Sampel	53
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	53

3.6.	Pengolahan Data	54
3.7.	Uji Validitas Dan Reliabilitas	55
3.8.	Tehnik Analisis	56
3.8.1	Analisa Deskriptif.....	57
3.8.2	Analisa SEM Kualitatif	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		64
4.1.	Gambaran Objek Penelitian	64
4.1.1	Gambaran Desa Tajungsari	64
4.1.2	Letak Geografis Desa Tajungsari	65
4.1.3	Potensi Lokal Desa Tajungsari	65
4.1.4	Profil UMKM RAMITHA	66
4.1.5	Keunggulan Produk RAMITHA	67
4.2.	Analisis Data.....	68
4.2.1	Kerangka Responden.....	68
4.3.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	70
4.4.	Uji Validitas Dan Rentabilitas	73
4.5.	UJI NORMALITAS.....	77
4.6.	UJI OUTLIER.....	79
4.7.	KONSTUK EKSOGEN DAN ENDOGEN.....	80
4.8.	4FULL MEASUREMENT	84
4.9.	FULL MODEL	88
4.10.	PEMBAHASAN.....	96
4.11.	UJI MEDIASI.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		1077
5.1.	Kesimpulam	1077
5.2.	Saran	1099
DAFTAR PUSTAKA		110
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....		11313

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Jumlah UMKM di ASEAN (2021)	3
Gambar 2.1 (Kerangka Pemikiran Teoritis).....	41
Gambar 4.1 Konfirmatori eksogen sebelum perbaikan.....	80
Gambar 4.2 Konfirmatori eksogen sesudah perbaikan	82
Gambar 4.3 Konstruk endogen	83
Gambar 4.4 Full Measurement Sebelum Perbaikan.....	85
Gambar 4.5 Full Measurement Sesudah	86
Gambar 4.6 Hasil Analisis Full Model	88

DAFAR TABEL

	Hal
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Frekuensi Sertifikasi Halal	70
Tabel 4.4 Frekuensi Kesadaran Halal	71
Tabel 4.5 Frekuensi Pengetahuan Halal	71
Tabel 4.6 Frekuensi Minat Beli.....	72
Tabel 4.7 Frekuensi Keputusan Konsumen	73
Tabel 4.8 Convergent Validity	74
Tabel 4.9 Uji Validitas Average Variance Extracted.....	75
Tabel 4.10 Validitas Discriminant Validity	76
Tabel 4.11 Uji Realiabilitas.....	77
Tabel 4.12 Assessment of normality	78
Tabel 4.14 kriteria goodness of fit variabel eksogen	81
Tabel 4.15 kriteria goodness of fit variabel eksogen	82
Tabel 4.16 kriteria goodness of fit variabel endogen.....	84
Tabel 4.17 Goodness of fit	86
Tabel 4.18 Goodness of fit	87
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Kualitas	89
Tabel 4.20 Squared Multiple Correlations	91
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	92
Tabel 4.22 Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)....	104
Tabel 4.23 Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model).....	104
Tabel 4.24 Hasil pengujian <i>Total Effect</i>	105