



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

*Unipa Surabaya*

**SKRIPSI**

**Pengaruh Persepsi Konsumen dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi pada *Followers* Instagram @Lemonilo : Kategori Muslim Kelas Menengah)**

Cindy Nur Islamiyah

181500008

Dosen Pembimbing

Sutama Wisnu Dyatmika, SE., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022



**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN LABELISASI  
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
MIE INSTAN LEMONILO YANG DIMEDIASI OLEH MINAT  
BELI (STUDI PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM  
@LEMONILO : KATEGORI MUSLIM KELAS MENENGAH)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (SM)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**CINDY NUR ISLAMİYAH**

**NIM : 181500008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Konsumen dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi pada *Followers* Instagram @Lemonilo : Kategori Muslim Kelas Menengah

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Cindy Nur Islamiyah
- b. NIM : 181500008
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 13 April 2022

Dosen Pembimbing



Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M.

NPP : 1507732/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Konsumen dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi pada *Followers* Instagram @Lemonilo : Kategori Muslim Kelas Menengah)

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Cindy Nur Islamiyah
- b. NIM : 181500008
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat Email : [cindy.nur064@gmail.com](mailto:cindy.nur064@gmail.com)



Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
NPP : 150998/DY

Surabaya, 19 Mei 2022  
Dosen Pembimbing

Sutarna Wisnu Dyatmika, S.E., M.M.  
NPP : 1507732/DY



Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tommaso Wisnubowo, S.E., M.Pd., M.SM.  
NPP : 0709494/DY

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skrripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Hari : Jum'at

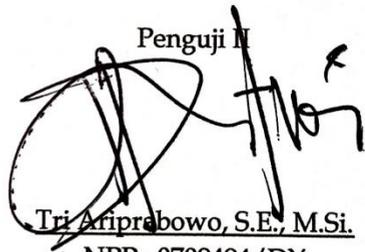
Tanggal : 22 April

Tahun : 2022

Mengetahui,

Penguji I  


Dra., Martha Suhardiyah, S.E., M.Ak.  
NPP : 8602112/DY

Penguji II  


Tri Arifrahbawo, S.E., M.Si.  
NPP : 0709494/DY

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dengan judul skripsi : **“Pengaruh Persepsi Konsumen dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi pada Followers Instagram @Lemonilo : Kategori Muslim Kelas Menengah)”**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. M. Soebandowo, M.S., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan saran serta masukan-masukan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada penulis, serta seluruh staff pegawai

yang telah membantu dalam pelayanan dan bantuan selama perkuliahan.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 13 April 2022

Penulis

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Konsumen dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi pada *Followers* Instagram @Lemonilo : Kategori Muslim Kelas Menengah)”** dengan baik. Laporan skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Budi Santoso dan Sunanik selaku orangtua dalam mendidik, memberi dukungan, dan doa demi kesuksesan serta kelancaran dalam segala hal yang saya lakukan.
2. Mochamad Sultoni Permadi selaku suami dalam memberikan dukungan, motivasi, dan doa demi kelancaran dan kesuksesan dalam segala hal yang saya lakukan.
3. Seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan.
4. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

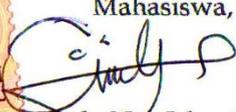
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cindy Nur Islamiyah  
NIM : 181500008  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi pada *Followers* Instagram @Lemonilo : Kategori Muslim Kelas Menengah” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelas Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan usur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 13 April 2022  
Mahasiswa,  
  
Cindy Nur Islamiyah  
NIM : 181500008



## MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah,5-6)

“Apa yang mudah didapatkan akan mudah pula untuk  
disesalkan. Apa yang butuh diperjuangkan akan sulit  
untuk dilupakan.”

-- Cindy Nur Islamiyah --

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2 Persepsi Konsumen.....	20
2.2.2.1 Definisi Persepsi Konsumen.....	20
2.2.2.2 Aspek dalam Persepsi Konsumen.....	20

2.2.2.3	Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen.....	21
2.2.2.4	Indikator Persepsi Konsumen.....	22
2.2.3	Labelisasi Halal.....	23
2.2.3.1	Definisi Labelisasi Halal.....	23
2.2.3.2	Fungsi Labelisasi Halal.....	23
2.2.3.3	Syarat Labelisasi Halal Produk.....	24
2.2.3.4	Indikator Labelisasi Halal.....	25
2.2.4	Keputusan Pembelian.....	26
2.2.4.1	Definisi Keputusan Pembelian.....	26
2.2.4.2	Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	27
2.2.4.3	Proses Keputusan Pembelian.....	28
2.2.4.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.2.5	Minat Beli.....	31
2.2.5.1	Definisi Minat Beli.....	31
2.2.5.2	Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	32
2.2.5.3	Proses Minat Beli.....	33
2.2.5.4	Indikator Minat Beli.....	34
2.2.6	Muslim Kelas Menengah.....	35
2.2.6.1	Definisi Muslim Kelas Menengah.....	35
2.2.6.2	Karakter Muslim Kelas Menengah.....	35
2.2.6.3	Prinsip Pemasaran pada Muslim Kelas Menengah.....	37
2.3	Kerangka Konseptual.....	38
2.4	Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>45</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	45
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48

3.2.1	Populasi.....	48
3.2.2	Sampel.....	48
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.3.1	Jenis Data.....	50
3.3.2	Sumber Data.....	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1	Kuesioner.....	51
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	53
3.5.1	Variabel Penelitian.....	53
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	53
3.6	Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1	Pengujian Instrumen.....	56
3.6.1.1	Model pengukuran (measurement model) atau uji outer model.....	57
3.6.1.2	Model struktural (structural model) atau uji inner model.....	59
3.6.1.3	Uji Hipotesis.....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....</b>		<b>63</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1	Profil Perusahaan Lemonilo.....	63
4.2	Gambaran Umum Responden.....	64
4.2.1	Usia Responden.....	64
4.2.2	Jenis Kelamin Responden.....	65
4.2.3	Jumlah Pengeluaran per Hari.....	65
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	66
4.3.1	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan.....	66
4.3.1.1	Variabel Persepsi Konsumen (X1).....	66

4.3.1.2	Variabel Labelisasi Halal (X2).....	67
4.3.1.3	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.3.1.4	Variabel Minat Beli (Z).....	69
4.4	Analisis dan Hasil Penelitian.....	70
4.4.1	Hasil Pengujian Instrument Penelitian.....	70
4.4.1.1	Model Pengukuran atau Outer Model.....	70
4.4.1.2	Model Struktural atau Inner Model.....	79
4.4.1.3	Uji Hipotesis / Uji Signifikan.....	83
4.5	Pembahasan.....	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>95</b>
5.1	Simpulan.....	95
5.2	Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	15
3.1. Skala Likert.....	46
3.2. Operasional Variabel.....	47
3.3. Alat Ukur <i>Convergent Validity</i> .....	50
3.4. Alat Ukur <i>Discriminant Validity</i> .....	51
3.5. Alat Ukur Reliabilitas.....	52
3.6. Deskripsi <i>Inner Model</i> .....	52
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Hari.....	60
4.4. Distribusi Frekuensi Persepsi Konsumen.....	61
4.5. Distribusi Frekuensi Labelisasi Halal.....	61
4.6. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	62
4.7. Distribusi Frekuensi Minat Beli.....	63
4.8. Nilai <i>Loading Factor</i> .....	66
4.9. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	68

4.10. Nilai <i>Fornell Larcker Criterion</i> (FLC).....	69
4.11. Nilai <i>Cross Loading</i> .....	70
4.12. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	72
4.13. Nilai <i>R-Square</i> (R <sup>2</sup> ).....	73
4.14. Nilai <i>Effect Size</i> (f <sup>2</sup> ).....	74
4.15. Perhitungan <i>Q-square</i> (Q <sup>2</sup> ).....	76
4.16. Perhitungan <i>GoF</i> ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	77
4.17. Hasil Uji Hipotesis.....	78
4.18. Hasil Uji Hipotesis Efek Mediasi.....	79

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Label Halal Resmi MUI.....	26
2.2. Kerangka Konseptual.....	39
3.1. Rancangan Penelitian.....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Persetujuan Skripsi

Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 3 : Daftar Hadir Peserta Seminar Proposal

Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 : Rekapitulasi Tabel Skor Jawaban Responden

Lampiran 6 : *Output* Pengolahan Data SmartPLS

Lampiran 7 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi



