

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH
KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(Studi Pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di
Wilayah Bandung Raya)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun Oleh:

Fa'adia Islami Izdni

2000991

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH
KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung
Raya)**

Oleh:

Fa'adia Islami Izdni

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Fa'adia Islami Izdni

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2024

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara
keseluruhan atau sebagian, dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa
seizin penulis.

Fa'adia Islami Izdni, 2024

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi
Halal di Wilayah Bandung Raya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian Bakmi: Pengaruh Kesadaran Halal Dan *Electronic Word Of Mouth* (Studi Pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal Di Wilayah Bandung Raya) beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya bersedia menanggung risiko ataupun sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



33EAK.649389935

Fa'adia Islami Izdni

NIM 2000991

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

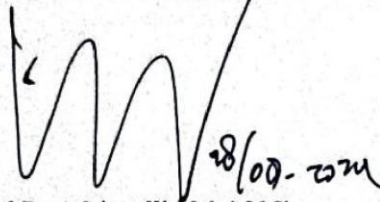
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi : Analisis Keputusan Pembelian Bakmi: Pengaruh Kesadaran Halal Dan Electronic Word Of Mouth (Studi Pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal Di Wilayah Bandung Raya)
Penyusun : Fa'adia Islami Izdni
NIM : 2000991
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Agustus 2024

Dosen Pembimbing 1,



Prof. Dr. A Jajang W. Mahri, M.Si

NIP. 196412031993021001

Dosen Pembimbing 2,

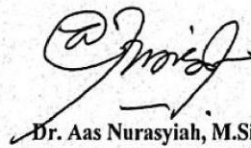


Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A

NIP. 198010242005011001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si

NIP. 198406072014042001

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619, 2002091, 2002189 Fax. (022) 2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 20 Agustus 2024
Nama Mahasiswa : Fa'adia Islami Izdni
NIM : 2000991
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pembelian Bakmi: Pengaruh Kesadaran Halal dan Electronic Word of Mouth (Studi Pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya).

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si.	
2.	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.	
3.	Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy.	

Bandung, Agustus 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si

Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A

NIP. 196412031993021001

NIP. 198010242005011001

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 198406072014042001

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Fa'adia Islami Izdni (2000991) “**Analisis Keputusan Pembelian Bakmi: Pengaruh Kesadaran Halal dan *Electronic Word of Mouth* (Studi Pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)**”, di bawah bimbingan Bapak Prof. Dr. A Jajang W. Mahri, M.Si dan Bapak Ripan Hermawan, SS., S.H., M.A.

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh fenomena maraknya olahan makanan asing yang masuk ke Indonesia namun tidak semuanya berbahan dasar produk halal. Selain itu juga, Indonesia merupakan negara dengan mayoritas umat Muslim terbanyak sehingga harus sadar akan pentingnya makanan *halal* dan *thayyib* yang akan dikonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel tingkat kesadaran halal dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian Bakmi pada Restoran Bakmi belum bersertifikasi halal di Wilayah Bandung Raya. Metode penelitian yang digunakan yakni kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif kausalitas dan metode analisis Regresi Linear Berganda dengan alat analisis yang digunakan yaitu SPSS 22. Adapun subjek penelitian ini yaitu generasi Z beragama Islam di wilayah Bandung Raya dengan jumlah sampel sebanyak 340 responden. Hasil penelitian ini yaitu kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara bersama-sama variabel tingkat kesadaran halal dan *electronic word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian bakmi belum bersertifikasi halal di wilayah Bandung Raya. Implikasi penelitian ini restoran bakmi dan UMKM lainnya untuk mendaftarkan produknya agar memiliki sertifikasi halal.

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

Fa'adia Islami Izdni (2000991) "**Analysis of Bakmi Purchasing Decisions: The Influence of Halal Awareness and Electronic Word of Mouth (Study on Non-Halal Certified Bakmi Restaurants in the Greater Bandung Area)**", under the guidance of Prof. Dr. A Jajang W. Mahri, M.Si and Mr. Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

ABSTRACT

This research is based on the phenomenon of the rise of foreign food preparations that enter Indonesia but not all of them are based on halal products. In addition, Indonesia is a country with the largest Muslim majority so that it must be aware of the importance of halal and thayyib food to be consumed. This study aims to determine the effect of the variables of halal awareness level and electronic word of mouth on purchasing decisions for Bakmi at Bakmi restaurants that are not yet halal certified in the Greater Bandung Area. The research method used is quantitative with descriptive causality research design and Multiple Linear Regression analysis method with the analytical tool used, namely SPSS 22. The subject of this research is generation Z Muslims in the Greater Bandung area with a total sample size of 340 respondents. The results of this study are that halal awareness has no significant effect on purchasing decisions, electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions and together the variables of halal awareness level and electronic word of mouth have a significant effect on purchasing decisions for non-halal certified noodles in the Greater Bandung area. The implication of this research is that bakmi restaurants and other MSMEs register their products to have halal certification.

Keywords: Halal Awareness, Electronic Word of Mouth, Purchasing Decision, Bakmi

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Keputusan Pembelian Bakmi: Pengaruh Kesadaran Halal dan *Electronic Word of Mouth* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)” dengan lancar. Tak lupa shalawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada Nabi tercinta yakni Nabi Muhammad SAW, sampai kepada keluarganya, sahabatnya, dan juga para umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, teman-teman dan berbagai pihak yang telah memberikan begitu banyak kontribusi selama penulisan proposal skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat dijadikan bahan koreksi untuk memperbaiki proposal skripsi penulis.

Bandung, Agustus 2024

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberi Rahmat serta karunia-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu dengan penuh rasa syukur, ketulusan, dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd. dan Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS., yang telah memberikan fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar.
2. Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam, Ibu Dr. Aas Nurasyiah, S.Pd., M.Si. penulis mengucapkan terima kasih banyak karena ibu telah memberikan banyak motivasi dan inspirasi dengan ikhlas, sehingga penulis mampu menyelesaikan kewajiban sebagai Sarjana Ekonomi. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan keberkahan untuk Ibu.
3. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Aneu Cakhhyaneu, S.Pd. M.E.Sy. Terima kasih atas bimbingan, perhatian dan dukungan yang Ibu berikan selama perkuliahan. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
4. Dosen Pembimbing I yakni Prof. Dr. A Jajang W Mahri M.Si. Penulis mengucapkan terima kasih banyak karena bapak telah memberikan arahan serta bimbingan dan juga meluangkan waktu dan tenaganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga bapak selalu dilimpahkan keberkahan serta kesehatan oleh Allah SWT.
5. Dosen Pembimbing II yakni Bapak Ripan Hermawan yang telah memberikan arahan serta bimbingannya. Bersedia meluangkan waktu serta tenaganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

6. Kedua orang tua penulis yang tercinta ,Papa dan Ibu, Bapak Atang Sutisna dan Ibu Momoy yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih Papa dan Ibu, semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan, umur panjang dan kebahagiaan dunia dan akhirat.
7. Kakak tersayang, Yunisef Mohamad Irfan yang selalu memberikan nasihat, dorongan dan motivasi agar penulis bisa melewati perjalanan kuliah ini. Semoga Allah selalu memberikan kemudahan dan kelancaran disetiap aktifitas yang Aa kerjakan.
8. Adik tercinta, Clarinta Junia Ayatillah yang selalu memberikan semangat dan hiburan disaat penyusunan skripsi ini. Semoga dede selalu diberikan kesehatan dan kelancaran untuk mewujudkan cita-cita.
9. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.; Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy.; Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.; Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.; Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd. M.Si.; Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd. M.E.Sy.; Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.; Ibu Rida Rosida, B.Sc., M.Sc.; Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si.; Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc.; Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy.; dan Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A. selaku dosen pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pengajaran yang sangat berharga bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi.
10. Terima kasih kepada Pak Hamidin, Staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak bantuan kepada penulis, khususnya dalam mengurus surat-surat dan administrasi lainnya untuk keperluan akademik selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan.
11. Bapak Cecep M. Kurniawan yang senantiasa memberikan dukungannya dalam bentuk doa, motivasi, nasihat, semangat, serta perhatiannya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

12. Kepada teman-teman tersayang Elin dan Dian Oktaviani yang dari awal perkuliahan hingga saat ini selalu memberikan semangat, motivasi dan juga arahannya. Terima kasih sudah bersedia mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan ini.
13. Kepada partner saya yang selalu menemani dan menjadi *support system* bagi penulis, Farhan Hadiwiguna Anwar. Terima kasih sudah menjadi tempat bercerita, berkeluh kesah dan senantiasa memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman magang di Muda Movement, Salma, Mujahid, Ana, Ica, Imam, Tantri, Anis, Teh Rinta dan Teh Melina. Terima kasih telah memberikan dukungan dan semangatnya agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
15. Keluarga besar IEKI angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas pelajaran, kenangan dan kisah cerita selama perkuliahan. Terima kasih sudah saling membantu dan menyemangati satu sama lain. Semoga kalian menjadi orang-orang yang sukses dan bermanfaat bagi banyak orang.
16. Terima kasih untuk kakak tingkat dan juga adik tingkat IEKI yang sudah memberikan semangat, motivasi dan pengalaman berharganya bagi penulis
17. Terima kasih kepada responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kelancaran disetiap aktifitasnya.
18. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Terima kasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini. Terima kasih sudah berhasil menuntaskan kewajiban pendidikan ini. Walaupun perjalanannya berliku, namun akhirnya selesai juga. Semoga selalu diberikan kekuatan, kelancaran dan keberkahan oleh Allah SWT dalam meraih cita-cita.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	5
UCAPAN TERIMA KASIH	6
DAFTAR ISI	9
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3 Konsep Kesadaran Halal	18
2.1.5 Konsep <i>Electronic Word of Mouth</i>	20
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Kerangka Teoritis dan Hipotesis Penelitian.....	28
2.2.1 Keterkaitan Tingkat Kesadaran Halal dengan Keputusan Pembelian... 28	
2.2.2 Keterkaitan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian . 29	
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN.....	32
3.1 Objek Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen	37
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.2 Instrumen Penelitian.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	40

Fa'adia Islami Izdni, 2024

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi
Halal di Wilayah Bandung Raya)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.7.1	Analisis Deskriptif.....	40
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	41
3.7.2	Regresi Linear Berganda.....	43
3.7.5	Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.2	Karakteristik Responden	45
4.2.1	Karakteristik Konsumen Muslim Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2	Karakteristik Konsumen Muslim Berdasarkan Usia.....	47
4.2.3	Karakteristik Konsumen Muslim Berdasarkan Profesi.....	47
4.2.4	Karakteristik Konsumen Muslim Berdasarkan Pendapatan Perbulan ..	48
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
4.3	Analisis Deskriptif.....	50
4.3.1	Tingkat Kesadaran Halal (KH).....	50
4.3.2	<i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM)	55
4.3.3	Keputusan Pembelian (KP)	61
4.4	Uji Asumsi Klasik	66
4.4.1	Uji Normalitas.....	66
4.4.2	Uji Multikolinearitas	67
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.5	Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	68
4.5.1	Uji Hipotesis	70
4.5.2	Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.5.3	Uji F	70
4.5.4	Uji Parsial (Uji t).....	71
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Implikasi.....	77
5.3	Rekomendasi	78
DAFTAR PUSTAKA		80
DAFTAR LAMPIRAN.....		83

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Restoran/Kedai Bakmi Terlaris di Bandung Raya Belum Memiliki Serfikasi Halal	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Skor Skala Pengukuran	38
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal.....	39
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth	39
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 3. 7 Skala Pengukuran Kategori	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Variabel Kesadaran Halal Tiap Item.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Variabel Kesadaran Halal Tiap Item.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Variabel Kesadaran Halal Skor Variabel	54
Tabel 4. 5 Karakteristik Variabel Kesadaran Halal Tiap Responden	54
Tabel 4. 6 Pemaknaan Kategori Variabel Kesadaran Halal.....	55
Tabel 4. 7 Rata-rata Skor Responden Pada Variabel Electronic Word of Mouth..	56
Tabel 4. 8 Karakteristik Variabel Electronic Word of Mouth Tiap Item	58
Tabel 4. 9 Karakteristik Variabel Electronic Word of Mouth Tiap Item	58
Tabel 4. 10 Karakteristik Variabel Electronic Word of Mouth Skor Variabel.....	59
Tabel 4. 11 Karakteristik Variabel Electronic Word of Mouth Tiap Responden ...	59
Tabel 4. 12 Pemaknaan Kategori Variabel Electronic Word of Mouth	60
Tabel 4. 13 Rata-rata Skor Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 14 Karakteristik Variabel Keputusan Pembelian Tiap Item	63
Tabel 4. 15 Karakteristik Variabel Keputusan Pembelian Tiap Item	64
Tabel 4. 16 Karakteristik Variabel Keputusan Pembelian Skor Variabel	64
Tabel 4. 17 Karakteristik Variabel Keputusan Pembelian Tiap Responden.....	65
Tabel 4. 18 Pemaknaan Kategori Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 21 Hasil R-Squared	70
Tabel 4. 22 Hasil Uji F	71
Tabel 4. 23 Hasil Uji t Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian	72
Tabel 4. 24.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata-rata Pengeluaran Perkapita Per minggu Kategori Makanan dan Minuman Jadi di Bandung tahun 2020-2022	2
Gambar 1. 2 Kepercayaan yang Dianut Masyarakat Bandung	4
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	48
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas	67
Gambar 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68

DAFTAR PUSTAKA

- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: potential issues for policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>
- Bandung.go.id. (2022). *Sekitar 51 persen penduduk Kota Bandung generasi milenial dan gen z*.
- Basri, Y. Z., & Kurniawati, F. (2019). Effect of religiosity and halal awareness on purchase intention moderated by halal certification. *KnE Social Sciences*.
- Beritasatu.com. (2021). *Bandung terpilih jadi Kota dengan makanan tradisional terbaik di Asia Tenggara*.
- databoks.katadata.co.id. (2022, March 23). *Ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia awal 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/03/23/Ada-2047-Jutapengguna-Internet-Di-Indonesia-Awal-2022>.
- Fauziah, Nofandi, R., & Rosidi, A. (2021). *Survei sadar halal generasi muslim milenial*. Litbangdiklat Press.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23. <https://doi.org/10.1002/cjas.129>
- Hasan, A. (2013). *Marketing* (Cetakan Pertama). Media Pressdindo.
- Hennig-Thurau, T., Gwiner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021a). . Pengaruh kesadaran halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen gofood di era pandemi covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2).
- Hervina, R. D., Kaban, R., & Pasaribu, P. (2021b). Pengaruh kesadaran halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen gofood di era pandemi covid-19. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 133–140.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(2).
- Juliana, J., Azzahra, A. N., Rosida, R., Mahri, A. J. W., Alamsyah, I. F., & Saripudin, U. (2022). Halal cosmetics in the eyes of millennial muslims: factor analysis of halal labels and celebrity endorsers. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 8(2), 318–333. <https://doi.org/10.20473/jebis.v8i2.40598>
- Juliana, J., Wafa Rizaldi, M., Azizah Al-Adawiyah, R., & Marlina, R. (2022a). Halal awareness : Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen shopee dengan religiositas sebagai variabel moderasi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 169–180. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1423>

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Juliana, J., Wafa Rizaldi, M., Azizah Al-Adawiyah, R., & Marlina, R. (2022b). Halal awareness : Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen shopee dengan religiositas sebagai variabel moderasi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 169–180. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1423>
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivati*, 1–15.
- Kotler, P. (2018). *Principles of marketing 17th global edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing, Seventeenth Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018a). Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran). *Pasuruan: Qiara Media*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018b). *Marketing management*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., Keller, & Kevin. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Educational International.
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2019). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 522–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh brand image, electronic word of mouth (e-wom) dan harga terhadap keputusan pembelian produk air minum galon crystalline pada pt. Pancaran kasih abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- Maula, F. H. (2022). *Pengaruh halal awareness, gaya hidup, brand ambassador, dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik dengan preferensi sebagai variabel intervening di Kabupaten Lumajang*.
- Mazzarol, T., Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2007).). Conceptualizing word-of-mouth activity, triggers and conditions: an exploratory study. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1475–1494.
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The influence of halal awareness, halal certification, and personal societal perception toward purchase intention: A study of instant noodle consumption of college student in Bandung. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31.
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2018). The influence of halal awareness, halal certification, and personal societal perception toward purchase intention: A study of instant noodle consumption of college student in Bandung. *Journal of Business and Management*, 6(01), 21–31.
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. (2020). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada fore coffee . *Jurnal Syntax Transformation* , 1.

Fa'adia Islami Izdni, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKMI: PENGARUH KESADARAN HALAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (Studi pada Restoran Bakmi Belum Bersertifikasi Halal di Wilayah Bandung Raya)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Prayoga, I., & Rachman, M. (2020). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada fore coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 1–5.
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1849>
- Purwanto, H. (2018). Problematika penetapan hukum pada poin kritis bahan olahan dan laboratorium produk halal. *Syariati : Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hukum*, 4(02), 191–202. <https://doi.org/10.32699/syariati.v4i02.1176>
- Ramadhani, D. D., & Saino, S. (2021). Pengaruh kualitas produk dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian dimsum mbeledos Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 553–563. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14175>
- Rambe, Y., & Afifuddin, S. (2012). Pengaruh pencantuman label halal pada kemasan mie instan terhadap minat pembelian masyarakat muslim (studi kasus pada mahasiswa universitas al-washliyah, Medan). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1), 35–45.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business a skill-building approach, 6th Edition*.
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The effects of halal certification and halal awareness on purchase intention of halal food products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v2i2.6657>
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran*. CV Andi Offset.
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh citra merek, harga, promosi dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian produk bedak padat wardah pada pt pargon tecnology and inovation (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi stie graha karya muarabulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>