

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN
(STUDI PADA MEREK WARALABA INTERNASIONAL DI KOTA
MALANG)**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen

SKRIPSI



Muhammad Ichsan

201810160311689

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH LABELISASI HALAL DAN GREEN PRODUCT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
(Studi pada Merek Waralaba Internasional di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama: **Muhammad Ichsan**
NIM: **201810160311689**
Jurusan: **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 22 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I: **Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.**
Pembimbing II: **Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**
Penguji I: **Dr. Eko Handayanto, M.M.**
Penguji II: **Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis: **Ketua Program Studi,**
Prof. Dr. Idan Zuhroh, M.M. **Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH LABELISASI HALAL DAN GREEN PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN (Studi pada Merek Waralaba Internasional di Kota Malang)

Oleh:

Muhammad Ichsan
201810160311689

Diterima dan disetujui
pada tanggal 22 Juli 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Fien Zulfikarajah, M.M.

Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI DIKETIK DISINI

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN**

Oleh :

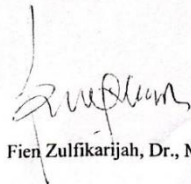
NAMA: Muhammad Ichsan

NIM: 201810160311689

Malang, 30 Juni 2025

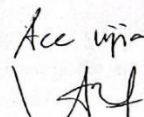
Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Fien Zulfikarjah, Dr., M.M.

Pembimbing II



Sri Nastiti A. Dra., M.M.

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Muhammad Ichsan
NIM : 201810160311689
Program Studi : Manajemen
Surel : itankrj174@gmail.com

Dengan inimenyatakanbahwa:

1. Skripsi ini adalahsidan benar-benarhasilkarya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasilkarya orang lain dengan mengatasmakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasilkarya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagaibahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkannamapengarang dandicantumkan didaftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini sayabuat dengansebenar-benarnya, danapabiladi kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undanganyang berlaku

Malang, 5 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



(Muhammad Ichsan)

201810160311689

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa kita keluar dari zaman kegelapan.

Dalam skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan. Namun demikian penulis berharap skripsi ini dapat memenuhi prasyarat dalam memperoleh gelar sarjana (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal Dan *Green product* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman”** dapat diselesaikan sesuai dengan harapan penulis. Selama penyusunan skripsi ini tentunya penulis menghadapi banyak kesulitan dan tantangan. Semua kesulitan dapat penulis lalui tak lepas dari kebesaran hati dari berbagai pihak dalam membantu penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu memberikan dukungan baik berupa materi maupun imateri, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis berikan kepada:

1. Ibu Dr. Idah Zuhroh, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Nurul Asfiah, MM. selaku Ketua Program Studi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
3. DR. Fien Zulfikarijah, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang secara bijaksana dan kooperatif telah memberikan ilmu dan bimbingan dengan sabar serta membantu, dan memberi dukungan moral maupun teknis selama penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Sri Nastiti Andharini MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu, memberikan ilmu, bimbingan dan dukungan moral maupun teknis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dosen-dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis masih mengikuti proses perkuliahan.
6. Ayah M. Damsik dan Ibu Nuraini selaku orang tua tercinta yang telah mendidik, menyayangi, memberikan dukungan, semangat dan doa yang tiada henti sehingga penulis ingin selalu memberikan yang terbaik untuk mereka.
7. Sahabat- Sahabat saya yang berada di kost (Adrian, Ishadi, Nanda, Rofi, Ojan, Yao,) selaku teman terbaik yang pernah saya miliki dari awal kuliah hingga saat ini yang telah memberikan banyak bantuan ilmu, semangat dan doanya kepada penulis.
8. Teman seperjuangan skripsi yaitu Labieta Salsabilah yang telah berbagi ilmu dan motivasinya dalam mengerjakan skripsi.
9. Dan seluruh pihak-pihak yang terkait dan banyak berjasa dalam proses penyelesaian laporan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa terima kasih sedikitpun dari penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, serta masih banyak kekurangan baik dalam penulisan materi maupun dalam susunan bahasanya. Untuk itu kiranya, pembaca dapat memaklumi atas kekurangan dalam laporan ini.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Malang, Juli 2025

Muhammad Ichsan
201810160311689

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh labelisasi halal dan *green product* terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman bagi masyarakat kota Malang. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen makanan dan minuman yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 384 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji t. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,793 atau bila dipresentasikan maka 79,3% variabel labelisasi halal dan *green product* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman masyarakat kota Malang. Hasil menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman masyarakat kota Malang. Variabel *green product* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman masyarakat kota Malang.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, *Green product*, Keputusan Pembelian



ABSTACT

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of halal and green product labeling on purchasing decisions for food and beverage products for the people of Malang city. The population in this study were food and beverage consumers whose number was not known with certainty and the sampling technique used was purposive sampling with a sample size of 384 respondents. The data analysis method used multiple linear regression, coefficient of determination and t-test. The coefficient of determination (R²) value was obtained at 0.793 or when presented, 79.3% of the halal and green product labeling variables simultaneously influenced the purchasing decisions for food and beverage products for the people of Malang city. The results showed that the halal labeling variable had an influence on the purchasing decisions for food and beverage products for the people of Malang city. The green product variable had an influence on the purchasing decisions for food and beverage products for the people of Malang city.

Keywords: Halal Labeling, Green product, buying decision



DAFTAR ISI

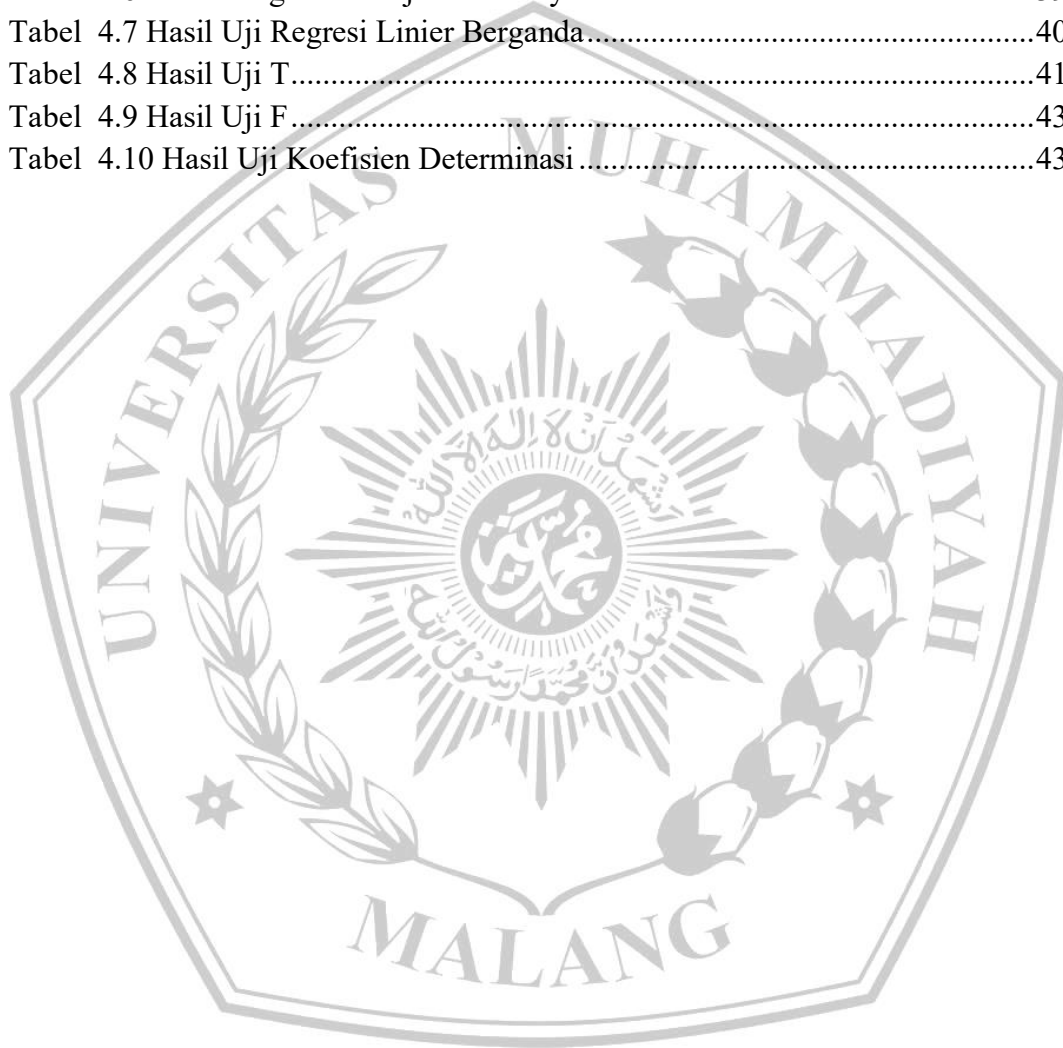
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori.....	10
C. Kerangka Pikir.....	20
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Lokasi Penelitian.....	23
B. Jenis penelitian	23
C. Populasi dan Sampel.....	24
D. Definisi Operasional.....	26
E. Jenis dan Sumber Data	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	30
H. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum	34
B. Uji Instrumen.....	37

C.	Analisis Data	40
1)	Persamaan Regresi.....	40
2)	Uji t (Parsial).....	41
3)	Uji F (Simultan).....	42
4)	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
D.	PEMBAHASAN.....	44
BAB V PENUTUP.....		49
A.	Kesimpulan.....	49
B.	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN.....		56



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.2 Definisi Operasional	26
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.6 Hasil Pengukuran Uji Reliability	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	20
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	56
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	59
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	70
Lampiran 4. Uji Validitas Variabel X1 (Labelisasi Halal)	70
Lampiran 5. Uji Validitas Variabel X2 (<i>Green product</i>).....	71
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	71
Lampiran 7. Uji Reliabilitas Variabel X1 (Labelisasi Halal).....	73
Lampiran 8. Uji Reliabilitas Variabel X2 (<i>Green product</i>).....	73
Lampiran 9. Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	73
Lampiran 10. Hasil Uji Determinasi	74
Lampiran 11. Hasil Uji F	74
Lampiran 12. Hasil Uji T	74



DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito, W. (2008). Kebijakan Standar Pelayanan Medik dan Diagnosis Related Group (DRG), Kelayakan Penerapannya di Indonesia. *Research Group Universitas Indonesia*, 1–28.
- Aliyusna, W., Rafidah, & Habibah, A. (2022). Pengaruh Promosi, Sertifikasi Halal dan *Green product* terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu Kake' Jambi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 1153–1162.
- Arifin, S. (2022). Pengaruh Halal Green Packaging, Green Halal Product, Halal Green Perceived Value Terhadap Green Purchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1411–1424.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Bachdar, F. N. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam di Jumbo Pasar Swalayan Kota Manado. *International Journal of Hypertension*, 1(1), 1–171.
- Becker, L., van Rompay, T. J. L., Schifferstein, H. N. J., & Galetzka, M. (2011). Tough package, strong taste: The influence of packaging design on taste impressions and product evaluations. *Food Quality and Preference*, 22(1), 17–23.
<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.06.007>
- Bidang Komunikasi dan Informasi Publik. (2023, December 15). *Deklarasi “Kuthone Resik Rejekine Apik”*, Upaya Tangani Permasalahan Sampah. Pemerintah Kota Malang.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739.
- Dewi, N. N. N. S., Suryaputra, R., & Sondakh, O. (2022). Analysis of the Effect of Product Quality Factors, Product Style, Product Price, Brand Image, Service Quality and Store Environment against Brand Loyalty of Zara Customers in Surabaya. *Journal of Economics, Finance, And*

- Management Studies*, 5(3), 596–605. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i3-14>
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., & Peretiatkos, R. (2006). *Green products and corporate strategy: an empirical investigation. Society and Business Review*, 1(2), 144–157. <https://doi.org/10.1108/17465680610669825>
- El-Farobie, F., Muharir, & Setiawan, B. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2), 115–124.
- Fakhira, K., Mismiwati, M., Africano, F., Riduwansah, R., & Oki Sania, R. (2022). The Effect of *Green product*, Halal Label and Safi Cosmetic Brand Image on Purchase Decisions Moderated By Word of Mouth in the Muslim Community of Palembang City. *Journal of Business Studies and Management Review*, 5(2), 266–274. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v5i2.17315>
- Fatharani, N. A. (2023). Pengaruh *Green product*, Green Brand Image, Dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21348–21359.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanslim, F., Jaya, H. P., & Prasetyawati, Y. R. (2020). The Influence of Perceived Quality on Product Purchase Intention Through Event. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 7(2), 121. <https://doi.org/10.37535/101007220202>
- Kasali, R. (2005). *Sembilan Fenomena Bisnis* (2nd ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). *Satu Data - Kementerian Agama RI*. Kementerian Agama RI. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penerbitan-sertifikat-halal-menurut-skala-usaha>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Indeks.
- Kuncoro. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Erlangga.
- Kurtz, D. L., & Canzer, B. M. (2022). *Contemporary Business* (C. Jordan, Ed.; 19th ed.). Wiley.
- Lestari, A. P., Titin, A. N., & Neneng, S. (2023). Pengaruh *Green product* Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Kedas Beauty Masyarakat Muslim Kota Jambi. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*, 1(3), 45–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.331>
- Masturoh, L. M. (2017). Pengaruh *Green product*, Green Advertising, dan Green Brand terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Green Bag di Carrefour Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1).
- Millatina, A. N., Hakimi, F., Risanda Alirastra, B., & Muhammad Rizky, A. (2022). The Impact of Halal Label in Halal Food Buying Decisions. *Journal of Islamic Economic Laws*, 5(1), 159–176. <https://doi.org/10.23917/jisel.v5i1.17139>
- Munir, M., Hidayat, K., Fakhry, M., & Mu'tamar, M. F. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura. *Agroindustrial Technology Journal*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.21111/atj.v3i2.3858>
- Okada, E. M. (2010). Framing the “Green” alternative for environmentally conscious consumers. *Management and Policy Journal*, 1(2), 222–234.
- Pramulia, S. D., Setyariningsih, E., & Kasnowo. (2022). Pengaruh Brand Image, Label Halal dan Product Quality terhadap Consumer Satisfaction Produk Merhan CV Fada Food Mojokerto. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3143–3156.

- Ruwani, A., Retnaningsih, R., & Simanjuntak, M. (2014). Nilai dan Tipe Konsumen Rumah Tangga dan Kaitannya dengan Perilaku Pembelian Produk Makanan Kemasan. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 7(1), 48–57. <https://doi.org/10.24156/jikk.2014.7.1.48>
- Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green Packaging, Green product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 147–158. <https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.2.147>
- Saputra, A., Satria, C., & Muharir. (n.d.). *Analisis Produk Halal dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim (Studi Kasus Pedagang Daging Segar di Pasar Kamboja Kelurahan Dua Puluh Ilir Tiga Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)*.
- Saxena, R. P., & Khandelwal, P. K. (2010). Can Green Marketing be used as a tool for Sustainable Growth? *The International Journal of Environmental, Cultural, Economic, and Social Sustainability: Annual Review*, 6(2), 277–292. <https://doi.org/10.18848/1832-2077/cgp/v06i02/54702>
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–182. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.945>
- Tridiwianti, F., & Harti. (2020). Pengaruh Green product Awareness Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Body Care. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 9(1), 1104–1110.
- Utami, W. B. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembei Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya*




23% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 26%  Internet sources
- 6%  Publications
- 9%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags




0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 26%  Internet sources
- 6%  Publications
- 9%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
eprints.umm.ac.id		11%
2	Internet	
www.neliti.com		5%
3	Internet	
repository.uinjambi.ac.id		2%
4	Internet	
etheses.uin-malang.ac.id		2%
5	Internet	
ejournal.umm.ac.id		2%