



**PENGARUH HARGA, LOKASI, PRODUK, *WORD OF MOUTH*,
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UMKM
TELUR ASIN BREBES**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

M SANDIKA T

41221101

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025



**PENGARUH HARGA, LOKASI, PRODUK, *WORD OF MOUTH*,
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UMKM
TELUR ASIN BREBES**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

M SANDIKA T

41221101

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH HARGA, LOKASI, PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM TELUR ASIN BREBES**

Oleh

Nama : M Sandika Tan

NIM : 41221101

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 16 bulan September tahun 2025

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sugeng Rianto. S.H., M.Si

NIDN. 0611056503

Dosen Penguji I

Mukhroji S.E., M.M

NIDN. 0621058902

Dosen Penguji 2

Sarah Dien Hawa

NIDN: 0622059001

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan

Pada tanggal 30 September 2025

Dekan

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Mukhroji., S.E., M.M

NIP. 16.02.120

Ketua

Program Studi S1 Manajemen

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIP. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M Sandika T

Nim : 41221101

Program Studi : S1 Manajemem

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah digunakan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun. Saya menjamin bahwa tidak ada unsur plagiat ataupun kutipan yang melanggar etika keilmuan dalam penulisan ini. Seluruh referensi yang digunakan telah dicantumkan secara jelas dan sesuai dengan kaidah akademik. Saya bertanggung jawab sepenuhnya atas orisinalitas dan kebenaran isi skripsi ini, serta siap menerima sanksi akademik apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil asli saya.

Paguyangan, 10 Sptember 2025

Yang membuat pernyataan



M Sandika T

Nim. 4121101

MOTO

“Sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjajikan hidupmu selalu mudah. Tetapi, dua kali Allah berjanji bahwa”

﴿ فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴾

Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

(Q.S Al Insyirah, 5-6)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama masa kuliah hingga proses penyusunan skripsi ini. Terutama kepada:

1. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bsinis, Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., Selaku Ketua program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Sugeng Rianto S.H., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan waktu, tenaga, bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, terima kasih atas segala pengalaman dan pengetahuan berharga yang penulis peroleh selama menempuh studi ini.
6. Dengan penuh rasa hormat dan cinta yang tidak terhingga, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Bapak Antoni dan Ibu Anisah tercinta, yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang dan memberikan dukungan moril maupun materil selama masa studi. Dan menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih sayang yang tiada habisnya dalam setiap langkah perjalanan hidup ini. Segala pengorbanan, kesabaran, dan dukungan mereka menjadi inspirasi dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kaka tercinta penulis Anita Tan, Andry Tan, Nadiya Vaiz, dan Yossi, yang selalu hadir sebagai penyemangat. Terima kasih banyak atas dukungan,

nasihat, dan perhatian yang kakak berikan menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis untuk tetap berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Terima kasih kepada adik saya tercinta Santika Tan yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat tercipta
9. Teman-teman program studi Manajemen angkatan tahun 2021 terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang telah menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini.
10. Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 10 September
2025

M Sandika T

Nim : 41221101

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, produk, word of mouth, dan label halal terhadap keputusan pembelian pada UMKM telur asin di Brebes. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing UMKM di tengah pasar yang semakin kompetitif. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden konsumen UMKM telur asin Brebes. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji hipotesis dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, dan produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin tepat strategi harga, lokasi yang strategis, serta kualitas produk yang baik, maka semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk membeli. Sebaliknya, variabel word of mouth dan label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mengutamakan faktor harga, lokasi, dan produk dibandingkan rekomendasi mulut ke mulut maupun label halal yang telah dianggap umum dan terpercaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran UMKM, khususnya dalam meningkatkan penjualan produk telur asin Brebes.

Kata kunci: harga, lokasi, produk, *word of mouth*, label halal dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, location, product, word of mouth, and halal label on purchasing decisions of salted egg MSMEs in Brebes. The background of this research is based on the importance of appropriate marketing strategies to enhance the competitiveness of MSMEs in an increasingly competitive market. The research method employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to consumers of Brebes salted egg MSMEs. The collected data were analyzed using hypothesis testing and regression analysis. The results indicate that price, location, and product variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. This means that the more appropriate the pricing strategy, the more strategic the location, and the better the product quality, the greater the likelihood that consumers will make a purchase. Conversely, word of mouth and halal label variables show no significant effect on purchasing decisions. This finding suggests that consumers prioritize price, location, and product factors over word-of-mouth recommendations or halal labels, which are generally already trusted. This study is expected to contribute to the development of marketing strategies for MSMEs, particularly in improving the sales performance of Brebes salted egg products.

Keyword: price, location, product, word of mouth, halal lable and purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN.....	14
A. Telaah Pustaka	14
1. Keputusan Pembelian	15
2. Harga	16
3. Lokasi	16
4. Produk.....	17
5. <i>Word Of Mouth</i>	18
6. Label Halal	19
B. Rumusan Model Penelitian.....	19
1. Penelitian Terdahulu.....	19
2. Rumusan Hipotesis	22
3. Model Penelitian.....	27

BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	29
A. Metode Penelitian	29
B. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kesenjangan Penelitian Harga	6
Tabel 2. Kesenjangan Penelitian Lokasi	7
Tabel 3. Kesenjangan Penelitian Produk	9
Tabel 4. Kesenjangan Penelitian <i>Word of Mouth</i>	10
Tabel 5. Kesenjangan Variabel Label Halal	11
Tabel 6. Skala Likert	31
Tabel 7. Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 8. Nilai Indeks	36
Tabel 9. Jawaban Responden Variabel Harga.....	51
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel Lokasi	52
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Produk.....	54
Tabel 12. Jawaban Respondn Variabel <i>Word of Mouth</i>	55
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Label Halal.....	56
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 15. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Eksogen Harga	60
Tabel 16. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Eksogen Lokasi	60
Tabel 17. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Eksogen Produk	61
Tabel 18. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Eksogen <i>Word of Mouth</i>	61
Tabel 19. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Eksogen Label Halal	62
Tabel 20. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Endogen Keputusan Pembelian	62

Tabel 21. <i>Construct Reliability dan Validity</i>	63
Tabel 22. Nilai <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 23. <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	65
Tabel 24. Kolinearitas Statistik.....	66
Tabel 25. Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	68
Tabel 26. <i>Collinearity Inner VIF</i>	69
Tabel 27. <i>R-Square</i>	70
Tabel 28. <i>F-Square</i>	71
Tabel 29. <i>Q² Prediction Relevance</i>	71
Tabel 30. Hasil Perhitungan <i>PLS-Predict</i>	72
Tabel 31. Hasil T-Statistik	73
Tabel 32. Konfidensi Interval 95%	74
Tabel 33. Total <i>Direct Effect</i>	76
Tabel 34. Hasil Hipotesis	79
Tabel 35. <i>Model SRMR</i>	79
Tabel 36. Hasil Ringkasan <i>Model PLS</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Daerah Pemasaran Telur Asin Brebes	3
Gambar 2. Data Penjualan Telur Asin Brebes	4
Gambar 3. Model Penelitian	27
Gambar 4. Responden Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 6. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	48
Gambar 7. Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Gambar 8. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	59
Gambar 9. Hasil Pengujian Hipotesis	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Harga	106
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Lokasi	110
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Produk.....	114
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel <i>Word of Mouth</i>	118
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Label Halal	122
Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	126
Lampiran 8. Nilai <i>Loading Factor</i>	130
Lampiran 9. <i>Output Construct Reliability</i>	131
Lampiran 10. <i>Output Nilai Cross Loading</i>	132
Lampiran 11. <i>Output Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	133
Lampiran 12. <i>Output Collinearity Statistics Outer VIF</i>	134
Lampiran 13. <i>Output Signifikansi dan relevansi Outer Weight</i>	135
Lampiran 14. <i>Output Collinearity Statistics (Inner VIF)</i>	136
Lampiran 15. <i>Output R²</i>	137
Lampiran 16. <i>Output F²</i>	138
Lampiran 17. <i>Output Q² Prediction Relevance</i>	139
Lampiran 18. <i>Output Hasil Perhitungan PLS-Prediction</i>	140
Lampiran 19. <i>Output Hasil T Statistik</i>	141
Lampiran 20. <i>Output Confidence Interval 95% dari Koefisien Jalur</i>	142
Lampiran 21. <i>Total Direct Effect</i>	143
Lampiran 22. <i>Ouput Model (SRMR)</i>	144

Lampiran 23. Gambar Hasil Uji <i>Outer Model</i>	145
Lampiran 24. Riwayat Hidup Penulis	146