



**PENGARUH *HALAL AWARENESS*, LABEL HALAL,
VIRAL MARKETING DAN *INFLUENCER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MINUMAN COCA COLA**

SKRIPSI

Disusun oleh:

MUHAMMAD IKMAL KHOIRUL UMAM

41220011

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2024



**PENGARUH *HALAL AWARENESS*, LABEL HALAL,
VIRAL MARKETING DAN *INFLUENCER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MINUMAN COCA COLA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh:

MUHAMMAD IKMAL KHOIRUL UMAM

41220011

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH HALAL AWARENESS, LABEL HALAL, VIRAL MARKETING DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN COCA COLA**

Oleh

Nama : MUHAMMAD IKMAL KHOIRUL UMAM

NIM : 41220011

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Sidang Skripsi pada tanggal 21 bulan Agustus tahun 2024

DEWAN PENGUJI

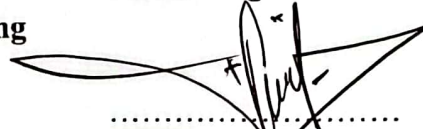
Nama Penguji

Tanda tangan

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sugeng Rianto, SH., M.Si.


NIDN. 0611056503



Dosen Penguji I

Mukhroji S.E., M.M

NIDN. 0621058902



Dosen Penguji II

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

NIDN. 0622059001



Diterima dan disahkan

Pada tanggal 24 September 2024

Dekan Fakultas Ekonomika dan
Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Mukhroji S.E., M.M
NIPY. 16.02.120



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ikmal Khoirul Umam

NIM : 41220011

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinil saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 21 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Ikmal Khoirul Umam

NIM. 41220011

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah Rabbil 'Alamiin*, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada program studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari awal masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, tentu saya akan merasa kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya dengan setulus hati mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Moh. Kadarisman, S.H. M.M. selaku Rektor Universitas Peradaban
2. Bapak Mukhroji, S.E. M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban dan sebagai penguji 1 yang telah memberikan arahan pada perbaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, sebagai kepala program studi Manajemen
4. Bapak Sugeng Rianto, SH., M.Si. selaku pembimbing pada penyusunan skripsi saya dan telah berdedikasi sepenuhnya meliputi menyediakan waktu, pikirannya dalam upaya membimbing serta memberikan arahan ataupun masukan yang sangat berharga pada penulisan skripsi ini.
5. Bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, yang sudah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat yang penulis peroleh dalam menyelesaikan studi ini.

6. Karyawan dan staff Universitas Peradaban yang dengan ikhlas memberikan bantuan kepada mahasiswa selama perkuliahan ataupun diluar waktu perkuliahan.
7. Bapak M. Tauhid Noor Sholehudin sebagai ayah penulis, ibu Ruminah Tauhidah sebagai ibu penulis, Ibu Wiyem sebagai nenek penulis dan Khasriyatun yang tiada hentinya selalu memanjatkan doa, serta dukungan secara lahir dan batin kepada penulis yang tak terhingga.
8. Seluruh keluarga peneliti yang selalu memanjatkan doa serta memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti.
9. Sahabat/I Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Komisariat Arya Suralaya Bumiayu yang telah memberikan bantuan serta dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Adnin, Vina dan teman-teman dari Program Studi Manajemen angkatan 2020 yang sudah membantu dan membersamai penulis pada setiap kegiatan selama menempuh Pendidikan dan penulisan skripsi ini di Program Studi S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
11. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner sebagai data pada penelitian ini.
12. Berbagai pihak belum bisa disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis mendoakan semoga Allah SWT membalas atas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membenatu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 21 Agustus 2024

Penulis

Muhammad Ikmal Khoirul Umam

NIM. 41220011

ABSTRAK

Produk minuman Coca Cola menjadi salah satu jenis produk minuman bersoda. Berdasarkan hasil survei dari Top Brand Index pada tahun 2020 sampai tahun 2023, produk minuman Coca Cola menjadi merek minuman bersoda yang menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan jenis merek minuman bersoda lainnya. Adanya fenomena tersebut, maka perlu adanya analisis terhadap keputusan pembelian produk minuman Coca Cola yang dipengaruhi variabel-variabel yang diantaranya *halal awareness*, label halal, *viral marketing* dan *influencer*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari *halal awareness*, label halal, *viral marketing* dan *influencer* terhadap keputusan pembelian produk minuman Coca Cola. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 97 sampel. Data pada penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan kepada responden yang kemudian akan diolah menggunakan teknik analisis data berupa analisis regresi berganda yang dioerasikan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dari *halal awareness*, label halal, *viral marketing* dan *influencer* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk minuman Coca Cola.

Kata kunci : *Halal Awareness*, Label Halal, *Viral Marketing*, *Influencer*, Keputusan Pembelian.

ABSTARCT

Coca Cola beverage products have become one of the types of carbonated drinks. Based on the survey results from the Top Brand Index from 2020 to 2023, Coca Cola beverage products ranked first among other brands of carbonated drinks. Given the existence of this phenomenon, it is necessary to analyze the purchasing decisions of Coca Cola beverage products influenced by variables such as halal awareness, halal labeling, viral marketing, and influencers. This research aims to analyze how halal awareness, halal labeling, viral marketing, and influencers affect the purchasing decisions of Coca Cola beverage products. The research method used in this study is the quantitative method. The sampling technique in this study uses non-probability sampling with the accidental sampling method, resulting in a sample size of 97 samples. The data for the research was collected through a questionnaire distributed to respondents, which will then be processed using data analysis techniques in the form of multiple regression analysis operated with SPSS version 26. The research results indicate that the variables of halal awareness, halal labeling, viral marketing, and influencers positively affect the purchasing decisions of Coca Cola beverage products.

Keywords : *Halal Awareness, Halal Label, Viral Marketing, Influencer, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTARCT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	11
A. Telaah Pustaka	11
1. Keputusan Pembelian.....	11
2. <i>Halal Awareness</i>	14
3. Label Halal	16
4. <i>Viral Marketing</i>	18
5. <i>Influencer</i>	21
B. Perumusan Model Penelitian	23
1. Penelitian Terdahulu	23

2. Perumusan Hipotesis	26
3. Kerangka Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	31
A. Metode Penelitian	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Lokasi Penelitian	31
3. Waktu Penelitian	31
4. Populasi dan Sampel	32
5. Sumber Data.....	34
6. Teknik Pengumpulan Data.....	34
7. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	35
B. Teknik Analisis Data.....	37
1. Uji Instrumen.....	38
2. Analisis Deskriptif.....	39
3. Uji Asumsi Klasik	41
4. Analisis Regresi Linier Berganda	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1. Sejarah Singkat Perusahaan	48
2. Gambaran Umum Responden	51
B. Analisis Data dan Pembahasan	54
1. Uji Instrumen.....	54
2. Analisis Deskriptif.....	56
3. Uji Asumsi Klasik	65
4. Analisis Regresi Linier Berganda	68
5. Pembahasan.....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Produk Minuman Bersoda dari 2019-2023	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	29
Gambar 4. 1 Gambar P- Plot	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Top Brand Index 2019-2023	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Keterangan Skor Dari Skala Likert.....	40
Tabel 4. 1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 3 Kriteria Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelia	56
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Variabel Halal Awareness (X1).....	58
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Variabel Label Halal (X2).....	60
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Variabel Viral Marketing (X3).....	61
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Variabel Keputusan Influencer (X4)	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-smirnov</i>	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	71
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	93
Lampiran 3 Tabulasi Data Halal Awareness (X1)	96
Lampiran 4 Tabulasi Data Label Halal (X2).....	99
Lampiran 5 Tabulasi Data Viral Marketing (X3)	102
Lampiran 6 Tabulasi Data Influencer (X4).....	105
Lampiran 7 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	108
Lampiran 8 Hasil Analisis Deskriptif Halal Awareness (X1).....	110
Lampiran 9 Hasil Analisis Deskriptif Label Halal (X2)	112
Lampiran 10 Hasil Analisis Deskriptif Viral Marketing (X3).....	114
Lampiran 11 Hasil Analisis Deskriptif Influencer (X4)	116
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	118
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Variabel Halal Awareness (X1).....	119
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X2)	120
Lampiran 15 Hasil Uji Validitas Variabel Viral Marketing (X3).....	121
Lampiran 16 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer (X4)	122
Lampiran 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	123
Lampiran 18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Halal Awareness (X1).....	124
Lampiran 19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Label Halal (X2)	125
Lampiran 20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Viral Marketing (X3)	126
Lampiran 21 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Influencer (X4).....	127

Lampiran 22 Hasil Uji Regresi Berganda	128
Lampiran 23 Hasil Uji Normalitas	130
Lampiran 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	131
Lampiran 25 Hasil Uji Multikolinieritas.....	132
Lampiran 26 Riwayat Hidup Penulis	133