

**PENGARUH LOGO HALAL DAN NILAI GIZI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
CUSTOMER TRUST PADA PRODUK PENTOL
GILA DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

**ANGELINA MAYLINDA
3103017015**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

**PENGARUH LOGO HALAL DAN NILAI GIZI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
CUSTOMER TRUST PADA PRODUK PENTOL
GILA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
ANGELINA MAYLINDA
3103017015

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

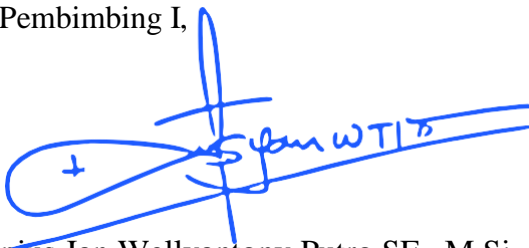
**PENGARUH LOGO HALAL DAN NILAI GIZI TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER TRUST
PADA PRODUK PENTOL GILA DI SURABAYA**

Oleh:

ANGELINA MAYLINDA
3103017015

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si.

Tanggal: 15 Desember 2020

Pembimbing II,



Deatri Arumsari Agung, SE., M.Sc.

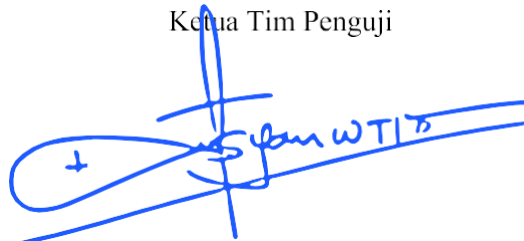
Tanggal: 10 Desember 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Angelina Maylinda NRP 3103017015

Telah diuji pada tanggal 22 Desember 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE.,M.Si.
NIDN: 0721017201

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, M.M,Ak.,CA.,CPA.
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,



Digitally signed by Robertus
Sigit H.L. SE., M.Sc
DN: C=ID, OU=Management
Department, O=Widya
Mandala Catholic University
Surabaya, CN="Robertus
Sigit H.L. SE., M.Sc",
E=hod-manage@ukwms.ac.id
Reason: I am approving this
document
Location: Surabaya
Date: 2021-01-25 15:39:59

Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc.
NIDN: 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelina Maylinda

NRP 3103017015

Judul Skripsi : Pengaruh Logo Halal Dan Nilai Gizi Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Dimediasi Oleh Customer Trust Pada Produk Pentol Gila Di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Desember 2020

Yang menyatakan



AngelinaMaylinda

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Logo Halal Dan Nilai Gizi Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Dimediasi Oleh Customer Trust Pada Produk Pentol Gila Di Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CPA. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Dr.Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si. selaku Dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan dengan baik, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Ibu Deatri Arumsari Agung, SE., M.Sc. selaku Dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan dengan baik, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua papa,mama dan keluarga besar atas dukungan doa dan moral serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.

7. Kadek prayoga yang selalu memberi dukungan dan memberikan semangat yang positif, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 10 Desember 2020



Angelina Maylinda

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	7

2.1.1 Label Makanan.....	7
2.1.2 Logo Halal	7
2.1.3 Nilai Gizi.....	8
2.1.4 Customer Trust.....	9
2.1.5 Minat Beli	10
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.3 Pengembangan Hipotesis	13
2.4 Kerangka Konseptual	17

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, Pengukuran Variabel	18
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	18
3.2.2 Definisi Operasional	19
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.3.1 Jenis Data	20
3.3.2 Sumber Data.....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.5 Populasi, Sampel & Teknik Penyampelan	21
3.5.1 Populasi.....	21
3.5.2 Sampel.....	22

3.5.3 Teknik Penyampelan.....	22
3.6 Analisis Data.....	23
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	23
3.6.2 Uji Validitas dan Reabilitas.....	23
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.6.3.1 Uji Normalitas Data.....	24
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	24
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	24
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	25
3.6.6 Uji Hipotesis.....	25
3.6.7 Uji Sobel.....	26
 BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.1.1 Domisili.....	27
4.1.2 Melakukan pembelian Pentol Gila dalam 3 bulan terakhir.....	27
4.1.3 Usia.....	27
4.2 Deskripsi Data.....	28
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Logo Halal (X1).....	29
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Nilai Gizi (X2).....	30
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Customer Trust (Z).....	31

4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	32
4.3 Hasil Analisis Data.....	32
4.3.1 Uji Reabilitas dan Reabilitas	32
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
4.3.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	36
4.3.4 Sobel Test.....	45
4.4 Pembahasan.....	45
4.4.1 Pengaruh Logo Halal (X1) Terhadap Minat Beli (Y)	45
4.4.2 Pengaruh Logo Halal (X1) Terhadap Customer Trust (Z).....	46
4.4.3 Pengaruh Customer Trust (Z) Terhadap Minat Beli (Y).....	48
4.4.4 Pengaruh Nilai Gizi (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	48
4.4.5 Pengaruh Logo Halal (X1) Terhadap Minat Beli (Y) Dimediasi Oleh Customer Trust.....	49
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan	50
5.2 Keterbatasan.....	51
5.3 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
Tabel 3.1 Skala Likert	21
Tabel 4.1 Usia Responden	28
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor.....	28
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Varibel Logo Halal (X1).....	29
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Varibel Label Gizi (X2).....	30
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Varibel Customer Trust (Z)	30
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Varibel Minat Beli (Y).....	32
Tabel 4.7 Uji Validitas	33
Tabel 4.8 Uji Reabilitas.....	33
Tabel 4.9 Hasil Pengujian One-Sample Kolmogrov Smirnov	34
Tabel 4.10 Nilai VIF	35
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 1	37
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 2	38
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 1	39
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 2	40
Tabel 4.15 Hasil Analisis Pengaruh Secara Simultan Jalur Sub-Struktur 1.	41
Tabel 4.16 Hasil Analisis Pengaruh Secara Simultan Jalur Sub-Struktur 2.	41
Tabel 4.17 Hasil Analisis Varians Hubungan Secara Parsial.....	42
Tabel 4.18 Hasil Uji Pengaruh Variabel Mediasi dengan Sobel Test.	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1.....	1
Gambar 1.2.....	2
Gambar 2.1.....	17
Gambar 4.1.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	57
Lampiran 2 Data Penelitian	60
Lampiran 3 Statistik Deskriptif	66
Lampiran 4 Uji Validitas	70
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	72
Lampiran 6 Asumsi Klasik	76
Lampiran 7 Analisis Regresi	79
Lampiran 8 Uji Sobel	81

ABSTRAK

Wirausaha Pentol Gila merupakan pelopor jajanan pentol moderen dengan menghadirkan berbagai *versi* menu yang ditawarkan kepada konsumen. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh logo halal dan nilai gizi terhadap minat beli konsumen yang dimediasi oleh *customer trust* pada Produk Pentol Gila di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden yang telah melakukan pembelian terhadap produk Pentol Gila di Surabaya sebelumnya minimal 3 bulan terakhir. Teknik sampling pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji sobel.

Hasil analisis pada penelitian ini adalah logo halal berpengaruh terhadap *customer trust* namun tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil analisis juga dibuktikan bahwa *customer trust* dan nilai gizi berpengaruh terhadap Minat beli konsumen, sedangkan hasil uji sobel yang membuktikan bahwa *customer trust* tidak memediasi pengaruh logo halal terhadap minat beli.

Kata Kunci : Logo Halal, Nilai Gizi, *Customer Trust*, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Entrepreneur Pentol Gila is the pioneer of modern snacks by presenting various versions of the menu offered to consumers. The purpose of this study was to test the influence of halal logo and nutritional value on consumer purchasing interest mediated by customer trust in Pentol Gila Products in Surabaya.

The type of research used is tyingal research. The sample in this study was 120 respondents who had purchased Pentol Gila products in Surabaya before at least the last 3 months. Sampling technique in this research is simple random sampling. Analysis techniques in this study using multiple linear regression analysis and sobel test.

The result of analysis in this study is halal logo affects customer trust but has no effect on consumer buying interest. The results of the analysis also proved that customer trust and nutritional value affect consumer buying interest, while the results of sobel test that proves that customer trust does not mediate the influence of halal logo on buying interest.

Keywords: Halal Logo, Nutritional Value, Customer Trust, Consumer Buying Interest.