



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**PENGARUH LABEL HALAL DAN *PERCEIVED*
QUALITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

(STUDI KASUS PADA STORE J.CO DONUTS AND COFFEE MALL OF INDONESIA)

SKRIPSI

Nama : Arrofi Nur Iman

NIM : 1414.1111.619

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU PROGRAM**

STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 18 Juli 2018

ttd

Arrofi Nur Iman
1414.1111.619

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Arrofi Nur Iman
NIM : 1414.1111.619
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan *Perceived Quality* terhadap
Loyalitas Konsumen

Jakarta, 18 Juli 2018

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Arifin Nugroho, SE.MM

Kaswandi Z, SE.MM

Mengetahui,
Puket I Bidang Akademik STIE JIC

Drs. H.Arjuna Wiwaha, MM

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Proposal Skripsi diselenggarakan :

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	:1.....	
Anggota	: 1.....	
	2.....	
	3.....	

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, selaku Puket 1 STIE Jakarta International College.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE.MM, selaku Kajor Manajemen dan sekaligus pembimbing utama skripsi ini.
4. Bapak Kaswandi Z, SE.MM, selaku pembimbing pendamping skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College yang telah memberikan Pendidikan dan Pengajaran kepada Penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Teristimewa saya berterimakasih kepada keluarga tercinta, Umi Ihat Solihat, Ayah Setiawan Kurniawan, Teteh Rizki Nur Baity, Adik Fadiah Nur Ismah dan Alfin Nur Zein.
7. Bapak Cipto dan Bapak Ade atas bantuan dan kerjasamanya yang telah memberikan informasi-informasi dan data yang dibutuhkan bagi penulis.
8. Untuk Hesti Susilowati, SE, kekasih tersayang saya yang sudah menyemangati, menemani, serta membantu saya dalam pembuatan skripsi ini.
9. Teman terdekat saya selama di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College (Bagus Saharjo, Ipan, Ismanto, Mochamad Fikri,

Monita Pratami, Siti Farida) yang telah menemani serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman lainnya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College angkatan 2014-2018, khususnya teman-teman dari Manajemen Pemasaran yang telah membantu meluangkan waktu dan pikirannya.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara moril maupun materiil kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga amal dan jasa mereka tercatat sebagai kebaikan yang tak ternilai di sisi Allah SWT. Dan semoga skripsi ini bermanfaat tidak hanya bagi penulis namun bermanfaat pula untuk semua pihak.

Jakarta, 18 Juli 2018

Arrofi Nur Iman
1414.1111.619

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Arrofi Nur Iman
NIM	:	1414.1111.619
Program Studi:		Manajemen Pemasaran
Jenis Karya	:	Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH LABEL HALAL DAN *PERCEIVED* QUALITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(STUDI KASUS PADA STORE J.CO DONUTS AND COFFEE MALL OF INDONESIA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 18 Juli 2018

Arrofi Nur Iman
1414.1111.619

ABSTRAK

Arrofi Nur Iman (1414.1111.619)

Pengaruh Label Halal dan Perceived Quality terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Store J.Co Donuts and Coffee Mall of Indonesia)

xvii + 135 hlm + 42 tabel + 15 gambar

Loyalitas konsumen merupakan tujuan inti yang diupayakan pemasar. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu, oleh karena itu, loyalitas konsumen berdasarkan kepuasan murni dan terus-menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan. Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dan *perceived quality* terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada restoran J.Co Donuts and Coffee Mall of Indonesia. Waktu penelitian dilakukan mulai dari 01 Februari sampai dengan 01 Juni 2018. Metode penelitian penelitian yang digunakan adalah *Library Research Method* dan *Field Research*. Populasi konsumen sebanyak 1050 dengan sampel sebanyak 265 responden. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 24.0. hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) Label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini mengidentifikasi bahwa semakin besar nilai label halal, maka nilai loyalitas konsumen pada Restoran J.Co Donuts and Coffee Store Mall of Indonesia akan meningkat, (2) *Perceived quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini mengidentifikasi bahwa *Perceived quality* menentukan tinggi atau rendahnya loyalitas konsumen pada Restoran J.Co Donuts and Coffee Store Mall of Indonesia, (3) Label Halal dan *Perceived Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, yang berarti loyalitas konsumen ditentukan oleh Label Halal dan *Perceived Quality*.

Sumber : 11 buku + 14 jurnal + 8 website

Kata Kunci: Label Halal, *Perceived Quality*, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Arrofi Nur Iman (1414.1111.619)

The Influence of Halal Label and Perceived Quality to Consumer Loyalty (Case Study in Store J.Co Donuts and Coffee Mall of Indonesia)

xvii + 135 page + 42 table + 15 Figure

Consumer loyalty is the core goal that the marketer strives for. This is because with loyalty is expected the company will get long-term advantage over the relationship mutualisme established within a certain period, therefore, customer loyalty based on pure satisfaction and constantly is one of the largest assets that may be obtained by the company. Consumer loyalty is influenced by various factors. This study aims to determine the effect of halal label and perceived quality on consumer loyalty.

This research was conducted at J.Co Donuts and Coffee Mall of Indonesia restaurant. The research time was conducted from 01 February until 01 June 2018. The research method used was Library Research Method and Field Research. Consumer population as many as 1050 with a sample of 265 respondents. Data processing using SPSS version 24.0. the results of the study concluded that (1) Halal label has a positive and significant influence on consumer loyalty. It identifies that the greater the value of halal label, the value of consumer loyalty in J.Co Donuts Restaurant and Mall of Indonesia Coffee Store will increase, (2) Perceived quality has a positive and significant influence on consumer loyalty. It identifies that Perceived quality determines the high or low consumer loyalty at J.Co Donuts Restaurant and Coffee Store Mall of Indonesia, (3) Halal Label and Perceived Quality simultaneously have a significant effect on Consumer Loyalty, which means that consumer loyalty is determined by Halal Label and Perceived Quality.

Source : 11 book + 14 journal + 8 website

Keyword: Halal Label, *Perceived Quality*, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penulisan.....	11
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	13
A. Kajian Teoritis.....	13
1. Label Halal	13

	Halaman
a. Pengertian Label	13
b. Jenis-Jenis Label.....	15
c. Fungsi Label	16
d. Pengertian Halal	18
e. Sertifikasi Halal	18
f. Ajaran Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal	19
g. Label Halal	20
h. Proses Mendapatkan Sertifikat Halal	22
i. Logo Label Halal.....	23
j. Indikator Label Halal	23
2. <i>Perceived Quality</i>	24
a. Pengertian <i>Perceived Quality</i>	24
b. Peranan <i>Perceived Quality</i>	26
c. Dimensi <i>Perceived Quality</i>	26
d. Indikator <i>Perceived Quality</i>	27
3. Loyalitas Konsumen.....	29
a. Loyal.....	29
b. Loyalitas Konsumen.....	29
c. Karakteristik Loyalitas Konsumen	31
d. Tahap Loyalitas Konsumen.....	33
e. Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen.....	34
f. Pengukuran Loyalitas Konsumen	36
g. Dimensi dan Indikator	37
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Pemikiran.....	41
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
1. Lokasi Penelitian.....	43

	Halaman
2. Waktu Penelitian	43
B. Metode Penelitian.....	43
1. Library Research Method (metode kepustakaan)	43
2. Field Research (metode lapangan)	44
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	44
3. Teknik Penarikan Sampel	45
4. Teknik Pengumpulan Data.....	47
5. Instrumen Penelitian.....	48
6. Uji Validitas	49
7. Uji Reliabilitas	51
D. Jenis dan Sumber Data	52
1. Jenis Data	52
2. Sumber Data	53
E. Definisi Operasional Variabel.....	54
1. Variabel Independen	54
2. Variabel Dependen.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Uji Normalitas	56
3. Uji Asumsi Klasik Multikolonieritas	57
4. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas	58
5. Regresi Linier Sederhana	59
6. Regresi Linier Berganda	60
7. Koefisien Kolerasi Sederhana (R).....	61
8. Koefisien Korelasi Berganda	62
9. Koefisien Determinasi (R^2).....	63
10. Pengujian Hipotesis.....	63
11. Pengolahan Data.....	66

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A.	Sejarah Singkat Perusahaan	67
	1. Sejarah Berdirinya J.Co Donuts & Coffee	67
	2. Gerai J.Co Pertama Kali.....	68
	3. Visi Misi J.co Donut & Coffee	69
	4. Lokasi Usaha J.CO Donuts and Coffee Corporation	70
B.	Struktur Organisasi	70
	1. Struktur Organisasi J.CO Donuts and Coffee Corporation.....	70
	2. Sistem Manajemen J.CO <i>Donuts and</i> <i>Coffee Corporation</i>	76
C.	Kegiatan Usaha	77
	1. Konsep J.Co Donut & Coffee	77
	2. Strategi Marketing.....	78
	3. Produk	79
	4. Competitor	80
	5. Strategi Distribusi	81
	6. Media Promosi	82
	7. Kelebihan dan kelemahan	82
	8. Segmentasi Pasar.....	83
	9. Targeting	85
	10. Cabang-cabang J.co Donuts	85
D.	Gambaran keberhasilan dan gambaran usaha	86
	1. Gambaran Keberhasilan	86
	2. Gambaran Usaha	91

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Data Penelitian.....	93
	1. Deskripsi Responden.....	93
	2. Statistik Deskriptif	96

	Halaman
B. Pengolahan Data.....	108
1. Uji Normalitas	108
2. Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas	111
3. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas	112
4. Regresi Linier Sederhana	113
5. Regresi Linier Berganda	117
6. Koefisien Kolerasi Sederhana (R).....	118
7. Koefisien Korelasi Berganda	119
8. Koefisien Determinasi (R^2).....	120
C. Pengujian Hipotesis.....	123
1. Uji Parsial (Uji t).....	123
2. Uji Simultan (Uji F)	126
D. Pembahasan Hasil Penelitian	128
1. Pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas Konsumen.....	128
2. Pengaruh Perceived Quality terhadap Loyalitas Konsumen	128
3. Pengaruh Label Halal dan Perceived Quality secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen	129
 BAB VI KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	130
B. Keterbatasan	130
C. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Menentukan Ukuran Sampel	46
Tabel 3.2. Uji Validitas Label Halal (X_1)	50
Tabel 3.3. Uji Validitas Perceived Quality (X_2)	50
Tabel 3.4. Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)	50
Tabel 3.5. Uji Reabilitas Label Halal (X_1)	51
Tabel 3.6. Uji Reabilitas Perceived Quality (X_2)	52
Tabel 3.7. Uji Reabilitas Loyalitas Konsumen (Y)	52
Tabel 3.8. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 5.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel 5.2. Data Responden Berdasarkan Usia	94
Tabel 5.3. Data Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan (uang saku mahasiswa/i)	94
Tabel 5.4. Data Responden Berdasarkan Jenis Profesi	95
Tabel 5.5. Data Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	96
Tabel 5.6. Tanggapan Responden atas Pernyataan 1	97
Tabel 5.7. Tanggapan Responden atas Pernyataan 2	97
Tabel 5.8. Tanggapan Responden atas Pernyataan 3	98
Tabel 5.9. Tanggapan Responden atas Pernyataan 4	99
Tabel 5.10. Tanggapan Responden atas Pernyataan 5	99
Tabel 5.11. Hasil Rekapitulasi Penilaian Label Halal (X_1)	100
Tabel 5.12. Tanggapan Responden atas Pernyataan 1	101
Tabel 5.13. Tanggapan Responden atas Pernyataan 2	101
Tabel 5.14. Tanggapan Responden atas Pernyataan 3	102
Tabel 5.15. Tanggapan Responden atas Pernyataan 4	102
Tabel 5.16. Tanggapan Responden atas Pernyataan 5	103
Tabel 5.17. Hasil Rekapitulasi Penilaian Perceived Quality (X_2)	104

	Halaman
Tabel 5.18. Tanggapan Responden atas Pernyataan 1	104
Tabel 5.19. Tanggapan Responden atas Pernyataan 2	105
Tabel 5.20. Tanggapan Responden atas Pernyataan 3	106
Tabel 5.21. Tanggapan Responden atas Pernyataan 4	106
Tabel 5.22. Tanggapan Responden atas Pernyataan 5	107
Tabel 5.23. Hasil Rekapitulasi Penilaian Loyalitas Konsumen (Y)	107
Tabel 5.24. Nilai Kolmogorov-Smirnov	111
Tabel 4.25. Hasil Uji Multikolinearitas Data	112
Tabel 5.26. Hasil Uji Regresi X_1 terhadap Y	114
Tabel 5.27. Hasil Uji Regresi X_2 terhadap Y	115
Tabel 5.28. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	117
Tabel 5.29. Koefisien Korelasi antar Variabel	119
Tabel 5.30. Korelasi Berganda Label Halal (X_1) dan Perceived Quality (X_2) dengan Loyalitas Konsumen (Y)	121
Tabel 5.31. Hasil Uji Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y	122
Tabel 5.32. Hasil Uji Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y	122
Tabel 5.33. Hasil Uji Koefisien Determinasi X_1 dan X_2 terhadap Y	123
Tabel 5.34. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan	128

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Label Halal MUI.....	23
Gambar 4.1. Struktur Organisasi J.CO <i>Donuts and Coffee Corporation</i> ..	71
Gambar 4.2. Struktur Organisasi J.CO <i>Donuts and Coffee Corporation</i> di Setiap Franchise	75
Gambar 4.3. Produk.....	80
Gambar 4.4. Gambaran Keberhasilan	87
Gambar 4.5. Gambaran Usaha	91
Gambar 4.6. Gambaran Usaha	91
Gambar 4.7. Gambaran Usaha	92
Gambar 5.1. Histogram Uji Normalitas	109
Gambar 5.2. Grafik Normal P-P Plot	109
Gambar 5.3. Scatterplot	113
Gambar 5.4. Regresi Linier Sederhana X_1 terhadap Y	115
Gambar 5.5. Regresi Linier Sederhana X_2 terhadap Y	116
Gambar 5.6. Daerah penolakan H_0 X_1 terhadap Y	124
Gambar 5.7. Daerah penolakan H_0 X_2 terhadap Y	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2.	Deskripsi Responden
Lampiran 3.	Tabulasi Skor Variabel Label Halal (X_1)
Lampiran 4.	Tabulasi Skor Variabel <i>Perceived Quality</i> (X_2)
Lampiran 5.	Tabulasi Skor Variabel Loyalitas Konsumen (Y)
Lampiran 6.	Output SPSS
Lampiran 7.	Tabel t
Lampiran 8.	Tabel F
Lampiran 9.	Penunjukan Dosen Pembimbing
Lampiran 10.	Surat Keterangan Riset
Lampiran 11.	Daftar Riwayat Hidup