

**PENGARUH SPRITUALITAS, CITRA, KEPERCAYAAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN MAKANAN BERLABEL HALAL  
(STUDI PADA SAMYANG FOOD)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Yohanes Ben Hardi Susanto**

**NPM: 19 03 25065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH SPRITUALITAS, CITRA, KEPERCAYAAN DAN**  
**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU**  
**PEMBELIAN MAKANAN BERLABEL HALAL**  
**(STUDI PADA SAMYANG FOOD)**




**Disusun Oleh**

**Yohanes Ben Hardi Susanto**

**NPM: 19 03 25065**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

*Acc Maju*  
*Peudadaran*  


**Diah Widiastuti Th., SE., M.Si.**

**7 Agustus 2023**

Skripsi

**PENGARUH SPRITUALITAS, CITRA, KEPERCAYAAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN  
MAKANAN BERLABEL HALAL  
(STUDI PADA SAMYANG FOOD)**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Yohanes Ben Hardi Susanto  
NPM: 19 03 25065**

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji  
pada tanggal 15 September 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**W. Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D**

**Anggota Panitia Penguji**



**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**



**Th. Dian Widiastuti, SE., M.Si**

**Yogyakarta, 12 Oktober 2023  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**W. Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D**

**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

### **PENGARUH SPRITUALITAS, CITRA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN MAKANAN BERLABEL HALAL (STUDI PADA SAMYANG FOOD)**

Penulisan skripsi ini adalah karya saya sendiri. Dari pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik pada skripsi yang saya miliki, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Agustus 2023  
Yang Menyatakan

Yohanes Ben Hardi Susanto

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya yang ia berikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Spiritualitas, Citra, Kepercayaan dan Kepuasan Pembelian terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal (Studi pada Samyang Food)” dengan baik. Penulisan skripsi ini digunakan untuk salah satu syarat agar memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu dan kemampuan. Besar harapan penulis agar dapat bermanfaat bagi kita semua. Penulis juga menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari orang-orang terdekat, tugas akhir skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa dengan semua berkat dan kasihNya, kesehatan, kekuatan, keteguhan hati yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Th. Diah Widiastuti, Th. SE. M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran serta tenaga untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
3. Seluruh dosen, karyawan dan *staff* Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta,

yang telah memberikan arahan dan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi dalam bangku kuliah.

4. Keluarga di Purwokerto atas segala biaya, kesabaran, dukungan, doa dan memberikan motivasi kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
5. Aretha Stevanie Husadha selaku pacar yang selalu ada untuk mendampingi dengan sabar, menemani, mendukung, memberikan doa, motivasi, nasihat yang membangun dan mendengarkan keluh kesah penulis selama pengerjaan skripsi ini sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
6. Ilham Sanjaya dan Stefan Maulana selaku sahabat yang selalu siap menemani dalam pengerjaan skripsi serta memberikan banyak motivasi kepada penulis sehingga tugas akhir skripsi ini mampu diselesaikan dengan baik.
7. Victor, Harry, Ica, Jovis, Cindy dan Vicky selaku sahabat penulis dari Mene Pwt yang telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran, menghibur, memotivasi dan berbagi ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
8. Felix, Almer, Enrico, Grace dan Clarent selaku sahabat penulis dari *Toxic Family* yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi serta penyemangat kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.

9. William dan Yordan selaku sahabat penulis yang telah memberikan dukungan, motivasi serta doa bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuisioner secara sungguh-sungguh sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, doa dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis sehingga pengerjaan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Yogyakarta, 7 Agustus 2024

Yohanes Ben Hardi Susanto

## **MOTTO**

*Take it Easy*

**“Dont judge book by its cover until you’ve read this book”**

**(Jamie Lee Curtis)**

**“Paulus menegaskan bahwa bahwa orang percaya akan mengalami penderitaan, namun penderitaan itu hanya sedikit atau sebagian kecil dari kemuliaan yang akan dinyatakan. Penderitaan dan hawa nafsu terjadi karena dunia ini memang berdosa.”**

**(Roma 8:18)**



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian .....	10
1.4    Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1    Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2    Manfaat Praktis .....	12
1.5    Sistematika Penelitian.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1    Landasan Teori.....	14
2.1.1    Spiritualitas .....	14
2.1.2    Kepercayaan.....	15
2.1.3    Citra Merek.....	15
2.1.4    Kepuasan Konsumen .....	16

2.1.5	Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	16
2.2	Penelitian Terdahulu .....	18
2.3	Model Penelitian .....	28
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	29
2.4.1	Pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal.....	29
2.4.2	Pengaruh Spiritualitas terhadap Kepercayaan.....	29
2.4.3	Pengaruh Spiritualitas terhadap Citra .....	30
2.4.4	Pengaruh Spiritualitas terhadap Kepuasan Konsumen .....	31
2.4.5	Pengaruh Kepercayaan terhadap Perilaku Pembelian Berlabel Halal.....	31
2.4.6	Citra Merek berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal.....	32
2.4.7	Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	33
2.4.8	Peran Kepercayaan dalam memediasi pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	34
2.4.9	Peran Citra Merek dalam memediasi pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	35
2.4.10	Peran Kepuasan Konsumen dalam memediasi pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal.....	35
BAB III .....		37
METODOLOGI PENELITIAN.....		37
3.1	Jenis Penelitian.....	37
3.2	Lokasi Penelitian.....	38
3.3	Objek Penelitian dan Subjek Penelitian .....	38
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.6	Definisi Operasional .....	43
3.7	Perhitungan Statistik Deskriptif.....	47

3.8	Pengujian Instrumen .....	48
3.8.1	Uji Validitas .....	48
3.8.2	Uji Realibilitas .....	49
3.9	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> .....	49
3.10	Analisis Uji Mediasi .....	51
BAB IV .....		53
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		53
4.1	Analisis Demografis Responden .....	53
4.1.1	Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.1.2	Analisis Responden Berdasarkan Usia .....	54
4.1.3	Analisis Responden Berdasarkan Penghasilan/ Pendapatan per bulan .....	55
4.1.4	Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.2	Analisis Deskriptif .....	56
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Spiritualitas .....	56
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan .....	58
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Citra .....	59
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	61
4.2.5	Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	62
4.3	Hasil Analisis Structural Equation Modeling (SEM) .....	64
4.3.1	Evaluasi Goodness of Fit-Outer Model .....	64
4.3.2	Evaluasi Goodness of Fit-Inner Model .....	69
4.3.3	Pengujian Hipotesis .....	71
4.3.4	Analisis Mediasi .....	76
4.4	Pembahasan Hipotesis .....	82
4.4.1	Pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	82

4.4.2	Pengaruh Spiritualitas terhadap Kepercayaan.....	82
4.4.3	Pengaruh Spiritualitas terhadap Citra .....	83
4.4.4	Pengaruh Spiritualitas terhadap Kepuasan Konsumen .....	83
4.4.5	Pengaruh Kepercayaan terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal.....	84
4.4.6	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	84
4.4.7	Pengaruh Citra Merek terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal.....	85
4.4.8	Peran Kepercayaan dalam memediasi pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	86
4.4.9	Peran Citra Merek dalam memediasi pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	86
4.4.10	Peran Kepuasan Konsumen dalam memediasi pengaruh Spiritualitas terhadap Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal.....	87
BAB V .....		88
PENUTUP .....		88
5.1	Kesimpulan .....	88
5.2	Implikasi Manajerial .....	91
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	93
5.4	Saran Penelitian Kedepannya.....	93
DAFTAR PUSTAKA .....		94
LAMPIRAN I .....		101
LAMPIRAN II .....		107
LAMPIRAN III.....		112
LAMPIRAN IV .....		125
LAMPIRAN V.....		137

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Halal Indonesia .....	3
Gambar 1. 2 Logo Samyang Food .....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	28
Gambar 3. 1 Jalur Pengaruh Mediasi .....	52
Gambar 4. 1 Struktur Awal Penelitian .....	64
Gambar 4. 2 Struktur <i>Bootstrapping</i> .....	71
Gambar 4. 3 Peran Spiritualitas, Kepercayaan, Perilaku Pembelian Makanan .....	77
Gambar 4. 4 Peran Spiritualitas, Citra, Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	79
Gambar 4. 5 Peran Spiritualitas, Citra, Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Komparasi Agama yang Ada di Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Daftar Negara dengan Konsumsi Mie Instan Terbanyak .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	43
Tabel 3. 2 Tabel Pertanyaan .....	44
Tabel 3. 3 Perhitungan Interval Kelas .....	47
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan/ Pendapatan perbulan .....	55
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Spiritualitas .....	57
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	58
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal .....	62
Tabel 4. 10 Nilai <i>Loading Factor</i> .....	65
Tabel 4. 11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....	66
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	67
Tabel 4. 13 Nilai <i>Cronchbach's Alpha dan Composite Reability</i> .....	69
Tabel 4. 14 Nilai <i>R-Square</i> .....	70
Tabel 4. 15 <i>Path Coefficient</i> .....	72
Tabel 4. 16 <i>Spesific Indirect Effect</i> .....	76
Tabel 4. 17 Hasil Peran Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi .....	78
Tabel 4. 18 Hasil Peran Citra Merek sebagai Variabel Mediasi.....	79
Tabel 4. 19 Hasil Peran Citra Merek sebagai Variabel Mediasi.....	81

**PENGARUH SPRITUALITAS, CITRA, KEPERCAYAAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN MAKANAN BERLABEL HALAL  
(STUDI PADA SAMYANG FOOD)**

**Yohanes Ben Hardi Susanto**

**Th. Diah Widiastuti., SE., M.Si**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jalan Babarsari 43 44, Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji adanya pengaruh spiritualitas terhadap perilaku pembelian makanan berlabel halal dengan mediasi citra merek, kepercayaan dan kepuasan konsumen pada produk Samyang *Food*. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 162 responden, namun hanya 150 responden saja yang berhasil memenuhi kriteria. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert 5 poin*, dengan pemanfaatan Google Form sebagai media kuesioner, yang selanjutnya disebarikan melalui *social media*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *software Partial Least Square (SmartPLS)*. Hasil yang didapatkan adalah spiritualitas berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian makanan berlabel halal. Citra merek, kepercayaan dan kepuasan konsumen berhasil memediasi pengaruh hubungan antara spiritualitas dan perilaku pembelian makanan berlabel halal.

**Kata Kunci:** Samyang *Food*, Spiritualitas, Citra, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Perilaku Pembelian Makanan Berlabel Halal