



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM
PADA PRODUK *FROZEN FOOD* CIOMY**



Disusun oleh:

Fisca Adilla/2104411005

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM
PADA PRODUK *FROZEN FOOD* CIOMY**



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari Politeknik
Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Fisca Adilla/2104411005

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fisca Adilla

NIM : 2104411005

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok 30 Juni 2025



Fisca Adilla
2104411005



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fisca Adilla

NIM : 2104411005

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk *Frozen Food Ciomy*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si.

Anggota Penguji : Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si.

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 30 Juni 2025

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M
NIP. 196404151990032002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fisca Adilla
NIM : 2104411005
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk
Frozen Food Ciomy

Disetujui oleh Pembimbing

Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si.

NIP. 199201032023212042

Diketahui oleh
KPS Keuangan dan Perbankan Syariah

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.

NIP. 199201122018032001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan secara tepat waktu yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk *Frozen Food* Ciomy”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah. Shalawat serta Salam kita haturkan kepada suri tauladan kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang kita nantikan syafaatnya kelak di yaumil akhir.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu, karena adanya bimbingan, saran dan kritik, serta motivasi yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tuaku tersayang, Mamah dan Bapak, yang tidak pernah lelah mendoakan kelancaran dan kesuksesan anak-anaknya, yang senantiasa hadir di setiap suka dan duka, memberikan nasihat, semangat, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala perjuangan, pengorbanan, dan kasih sayang yang tak pernah terputus. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa syukur dan cinta untuk Mamah dan Bapak, yang telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi terbesar hingga penulis dapat sampai di titik ini.
2. Bapak Dr Syamsurizal, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
3. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Nurul Hasanah, S.ST.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah terapan.
5. Ibu Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S,Th.I., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, untuk membimbing dan membina penulis dengan penuh kesabaran. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan atas segala arahan, motivasi, serta semangat yang Ibu berikan selama proses penyusunan skripsi ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Bapak Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
8. Shyntia dan Nabila, terima kasih atas kebersamaan, semangat, tawa, dan dukungan yang tidak pernah putus sejak awal menapaki dunia perkuliahan hingga sampai di tahap akhir ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, belajar bersama, saling menguatkan di tengah tekanan, dan tumbuh bersama dalam proses ini. Kehadiran kalian adalah bagian berharga dari perjalanan ini yang tidak akan pernah terlupakan.
9. Teman-teman tercinta BS 8A, serta Feby, Syifa, Afifa, Rananda, Davyna, dan Abel, terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, serta dukungan yang begitu berarti selama perjalanan kuliah ini.
10. Kepada teman-teman tersayang Feby, Diajeng, Nadhifa, Pamungkas, dan Karina, terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang telah kita jalani selama delapan tahun pertemanan ini.
11. Seluruh pihak yang telah berperan serta membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.

Depok, 18 Juni 2025

Penulis

Fisca Adilla

NIM. 2104411005



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fisca Adilla
NIM : 2104411005
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk *Frozen Food Ciomy*”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 30 Juni 2025

Yang menyatakan

Fisca Adilla



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah

**Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Muslim Pada Produk *Frozen Food* Ciomy**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk *frozen food* Ciomy. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula dengan label halal yang juga memberikan pengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, inovasi produk dan label halal berkontribusi sebesar 50,6% terhadap keputusan pembelian, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen Muslim tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional seperti inovasi dan kualitas produk, tetapi juga oleh aspek simbolik dan emosional seperti kepercayaan terhadap label halal.

Kata kunci: Inovasi Produk, Label Halal, Keputusan Pembelian, Konsumen Muslim



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bachelor of Applied Finance and Islamic Banking Study Program

***The Influence of Product Innovation and Halal Labels on Muslim Consumers
Purchasing Decisions of Ciomy Frozen Food Products***

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product innovation and halal labeling on Muslim consumers' purchasing decisions for Ciomy frozen food products. The research employs a descriptive quantitative approach with a sample of 100 respondents selected through purposive sampling. Data processing and analysis were carried out using the Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) method with the help of SmartPLS 3.0 software. The results show that product innovation has a positive and significant effect on purchasing decisions. Likewise, halal labeling also has a positive and significant influence. Simultaneously, product innovation and halal labeling contribute 50.6% to purchasing decisions, while the remaining 49.4% is influenced by other variables outside this study. These findings indicate that purchasing decisions among Muslim consumers are influenced not only by functional aspects such as innovation and product quality, but also by symbolic and emotional aspects, such as trust in halal certification.

Keywords: *Product Innovation, Halal Label, Purchasing Decision, Muslim Consumers*



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Inovasi Produk.....	12
2.1.2 Label Halal.....	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian.....	31
3.3 Metode Pengambilan Sampel	32
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	33
3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian	34
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.7 Metode Analisis Data	40
3.7.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.7.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre Test</i>)	45
4.1.2 Gambaran Umum Responden	47
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	49
4.1.4 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
4.1.5 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	56
4.2 Pembahasan.....	58



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.2.1 Pengaruh Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
4.2.2 Pengaruh Label Halal (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
4.2.3 Inovasi Produk (X1) dan Label Halal (X2 Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	61
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	73





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing Ciomy di Marketplace.....	2
Tabel 1. 2 Variasi Produk dan Varian Rasa Ciomy	2
Tabel 2. 1 Penelitian sebelumnya sebagai referensi bagi peneliti	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pre-test.....	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pre-test.....	46
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Penghasilan	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji AVE.....	54
Tabel 4. 11 Hasil <i>Cross Loading</i>	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>F-Square</i>	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis.....	57

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 1 1 Top <i>Frozen Food</i> Olahan Aci Terlaris di <i>Marketplace</i> 2025.....	6
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1 Loading Faktor	52





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner	78
Lampiran 3 Hasil uji validitas dan uji reliabilitas <i>pre-test</i>	81
Lampiran 4 Hasil Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	82
Lampiran 5 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	83





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan beku (*frozen food*) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk yang praktis dan tahan lama (Augustinah et al., 2024). Berdasarkan laporan Mordor Intelligence, nilai pasar makanan beku di Indonesia diproyeksikan mencapai 2,78 miliar USD pada tahun 2028, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 7,50% sejak tahun 2023. (*Indonesia Frozen Food Market - Growth, Trends, and Forecasts*, 2023). Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kepraktisan dalam menyiapkan makanan menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan ini. Selain itu, pergeseran pola konsumsi dari metode konvensional ke arah yang lebih modern turut berkontribusi terhadap meningkatnya permintaan produk makanan beku di Indonesia (Khoiriyah & Wicaksana, 2023).

Keunggulan *frozen food* terletak pada proses penyajiannya yang praktis, umur simpan yang lama, serta kemudahan dalam penyimpanan dan distribusi (Kristiandi et al., 2022). Survei yang dilakukan oleh Goodstats.id menunjukkan bahwa 86% responden lebih menyukai *frozen food* karena mudah disajikan, dan 72% lainnya karena mudah disimpan (Goodstats, 2024). Dengan demikian, *frozen food* menjadi solusi bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dan menginginkan makanan yang cepat saji (Olayeni et al., 2021).

Tren peningkatan konsumsi frozen food juga sejalan dengan meningkatnya permintaan terhadap makanan cepat saji (*fast food*) (Andriani et al., 2022). Menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC), tingkat konsumsi makanan cepat saji di Indonesia cukup tinggi. Dari 692 responden, sebanyak 50% pria dan wanita mengonsumsi makanan cepat saji lebih dari 7 kali dalam sepekan (Kadata, 2024). Hal ini mencerminkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan mengonsumsi makanan instan dengan frekuensi yang tinggi, termasuk produk seperti Ciomy.

Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri *frozen food*, produsen dituntut untuk menghadirkan inovasi guna menarik minat konsumen (Mutiar et al.,



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2020). Inovasi dalam industri makanan dapat diwujudkan melalui pengembangan varian rasa, peningkatan kualitas produk, serta desain kemasan yang lebih menarik (Sudarso, 2020). Ciomy, sebagai produsen cuanki yang berbasis olahan aci beku, menghadapi persaingan dengan berbagai merek lain yang menawarkan produk serupa. Berikut adalah daftar pesaing Ciomy yang diperoleh melalui observasi dalam penelitian ini, sebagaimana disajikan pada tabel di bawah:

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing Ciomy di *Marketplace*

No	Nama Produk	Rasa
1.	Juara	Original, Kari Ayam
2.	Marenta	Original
3.	Sehot	Soto, Kari Ayam
4.	Gangkampung	Original

Sumber: Hasil Observasi Penelitian, 2025

Berdasarkan hasil observasi, beberapa pesaing utama Ciomy di *marketplace* adalah Cuankin Cup Juara, Cuanki Cup Neng Otot, Cuanki Cup Sehot, serta Cuanki Cup Gangkampung yang masing-masing memiliki variasi rasa yang berbeda (Observasi Penelitian, 2025).

Keberagaman varian rasa yang ditawarkan oleh pesaing menunjukkan bahwa inovasi menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan pasar (Ratiah et al., 2021). Faktor inovasi dalam suatu produk berperan penting dalam meningkatkan daya Tarik dan kepuasan (Abd.Hasib, 2020). Oleh karena itu, Ciomy berupaya melakukan inovasi dengan menambahkan variasi produk dan rasa baru serta menghadirkan kemasan yang lebih menarik. Berikut adalah tabel yang menunjukkan variasi produk dan rasa dari Ciomy:

Tabel 1. 2 Variasi Produk dan Varian Rasa Ciomy

No	Jenis	Rasa
1.	Ciomy Cuanki Cup/Pouch	Original
2.	Ciomy Cuanki Cup/Pouch	<i>Cheese</i>
3.	Ciomy Cuanki Cup/Pouch	Kari Ayam



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.	Ciomy Cuanki Cup/Pouch	<i>Chicken Spicy</i>
5.	Ciomy Cuanki Cup/Pouch	Soto
6.	Ciomy Baso Aci	Kari Ayam
7.	Tteokbokki Ramyeon	Gochujang

Sumber: CiomyOfficial 2025

Berdasarkan data dari CiomyOfficial (2025), inovasi yang dilakukan mencakup penambahan variasi produk seperti Ciomy Baso Aci dan Tteokbokki Ramyeon serta pengembangan varian rasa anatara lain Cheese, Kari Ayam, Chicken Spicy, dan Soto. Selain itu, inovasi juga dilakukan dalam aspek pengemasan, yaitu dengan menghadirkan kemasan dalam bentuk cup dan pouch yang lebih praktis guna menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Penelitian terkait inovasi produk memiliki hubungan yang beragam terhadap keputusan pembelian konsumen. Studi yang dilakukan oleh Hartuti et al. (2022), Zhang & Utami (2023), dan Sagita & Sarsono (2021), A. A. Putri & Mugiono, (2022), Saragih et al., (2022) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi yang dilakukan semakin besar kemungkinan konsumen untuk membeli produk tersebut. Namun, penelitian lain oleh Restiani Widjaja & Wildan (2023), Ma'ruf et al. (2024) dan Nurina, (2022), Nari, (2021) menunjukkan hasil yang berbeda, dimana inovasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena adanya faktor lain seperti harga, *brand image*, dan promosi yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen (Ma'ruf et al., 2024).

Hasil ini didukung oleh penelitian Nurina, (2022) dimana dari total 115 responden, 45,6% variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti harga dan kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara faktor lain lebih dominan dalam menentukan pilihan konsumen.

Selain inovasi produk, aspek kehalalan juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian, terutama bagi konsumen Muslim (Intan et al., 2023). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal,

Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

setiap produk pangan yang dipasarkan di Indonesia wajib mencantumkan sertifikasi halal sebagai jaminan kehalalan bagi konsumen Muslim. Keberadaan label halal pada produk memastikan konsumen bahwa produk tersebut telah sesuai dengan ketentuan dan standar kehalalan yang berlaku (Rahayuningsih & Ghozali, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 281,603.8 juta jiwa, dengan persentase penduduk Muslim sebesar 87,2%. Dengan demikian, jumlah penduduk Muslim di Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 245,97 juta jiwa (BPS, 2024). Dengan mayoritas populasi beragama Islam, aspek kehalalan menjadi faktor utama dalam preferensi pembelian produk makanan dan minuman (Edi Fitriana Afriza et al., 2022). Label halal pada produk makanan berfungsi sebagai bentuk Jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan yang berlaku (Syifa Idztihar et al., 2023).

Keberadaan label halal pada suatu produk memberikan nilai positif serta berpotensi besar dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya di kalangan masyarakat Muslim (Mustika et al., 2021). Menurut laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2021*, umat Muslim di Indonesia memberikan kontribusi besar terhadap konsumsi produk halal, dengan pengeluaran mencapai 203,2 juta (*State of the Global Islamic Economy*, 2021). Besarnya jumlah populasi Muslim, ditambah dengan pesatnya perkembangan teknologi serta kemudahan akses informasi, turut mendorong peningkatan konsumsi produk halal (Susilawati et al., 2023). Perubahan ini didasari oleh keyakinan bahwa halal identik dengan kebaikan, dan apa yang baik secara inheren dianggap sehat (Menne et al., 2022).

Perkembangan budaya dan gaya hidup juga turut mendorong perubahan dalam pola konsumsi, salah satu dampaknya adalah meningkatnya kesadaran terhadap produk makanan halal (Maharani et al., 2024). Hal ini sesuai dengan perintah agama dalam Al-Qur'an, khususnya dalam Surah Al-Baqarah ayat 168, yang memerintahkan umat Islam untuk mengonsumsi makanan yang halal, suci, dan baik. Oleh karena itu, label halal tidak hanya bersifat simbolis, tetapi menjadi penentu dalam keputusan pembelian, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia (Dermawan & Samudra, 2024). Dalam konteks ini, sejumlah pelaku industri makanan mulai berinovasi dan mengedepankan nilai kehalalan sebagai nilai jual utama, salah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

satunya adalah Ciomy yang dikenal sebagai pelopor makanan traveling halal (Anaziah & Pasaribu, 2021).

Ciomy menghadirkan solusi yang memudahkan konsumen, khususnya para traveler, melalui produk yang mudah dibawa dan disajikan (CiomyOfficial, 2025). Komitmen *Ciomy* terhadap prinsip *halalan toyyiban* diwujudkan melalui jaminan kehalalan produk dari hulu ke hilir, yang mencakup pemilihan bahan baku, hingga proses produksi (Saputra Rendy et al., 2024). Lebih dari sekadar menjual produk makanan, Ciomy juga memiliki motivasi untuk membantu umat dengan menyediakan makanan yang halal (Anaziah & Pasaribu, 2021).

Meskipun Indonesia menjadi negara dengan mayoritas Muslim terbanyak di dunia, namun label halal belum sepenuhnya menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian oleh masyarakat (Dian Wulandari et al., 2023). Fakta di lapangan menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan harga, kualitas, dan *brand image* dibandingkan kehalalan produk (Kusuma et al., 2024). Di sisi lain, Ciomy dikenal sebagai pelopor makanan *traveling halal* yang telah memperoleh sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikasi ini memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk yang ditawarkan (CiomyOfficial, 2025). Dengan keunggulan tersebut, Ciomy memiliki potensi besar untuk menjangkau pasar Muslim yang luas dan mendominasi segmen makanan beku, khususnya olahan aci (Anaziah & Pasaribu, 2021).

Namun, data penjualan justru menunjukkan sebaliknya. Berdasarkan hasil riset penjualan *marketplace* melalui tools datapinter, (2025) *Top 5 Frozen Food Olahan Aci Terlaris di Marketplace 2025*, Ciomy hanya menempati posisi keempat dengan total penjualan sebesar 10,1% dari total pangsa pasar. Angka ini jauh tertinggal dibandingkan dengan Sehot yang menduduki posisi pertama dengan penjualan mencapai 41,8%, serta Juara di posisi kedua dengan 33,2%. Kedua kompetitor tersebut bahkan tidak secara eksplisit menonjolkan aspek kehalalan dalam strategi pemasarannya.



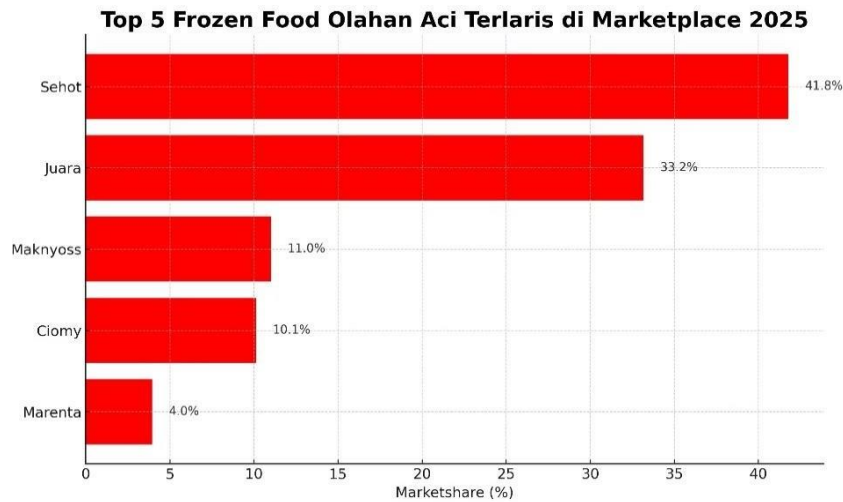
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1 1 Top *Frozen Food* Olahan Aci Terlaris di *Marketplace* 2025
Sumber: datapinter.com

Meskipun Ciomy juga telah melakukan berbagai inovasi produk, seperti pengembangan variasi rasa serta penggunaan kemasan yang praktis dalam bentuk cup dan pouch, kenyataannya inovasi tersebut belum mampu mendorong peningkatan penjualan secara signifikan. Keyakinan masyarakat terhadap nilai-nilai keislaman juga semestinya membentuk preferensi yang kuat terhadap konsumsi makanan yang berlabel halal dan dapat meningkatkan penjualan secara signifikan (Salsabila & Hana, 2023). Selain itu, Penelitian terdahulu mengenai label halal menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Studi yang dilakukan oleh Irsyad Arkan & Anik Lestari Andjarwati (2022), Fadila et al. (2020), dan Albab Al Umar et al. (2021), Putri et al., (2023), Fitriyah, (2023) menyimpulkan bahwa semakin jelas dan terpercaya label halal pada suatu produk, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membelinya. Namun, penelitian lain oleh Hendradewi et al. (2021), Jannah Wardatul (2023), Kusuma et al. (2024), Fahmi et al. (2020), Kornitasari & Faidah, (2022), Sitompul, (2021), Dian Wulandari et al., (2023) menunjukkan bahwa label halal tidak selalu menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen lebih mempertimbangkan faktor harga, promosi, dan kualitas merek dalam menentukan pilihan produk mereka (Kusuma et al., 2024). Hasil penelitian sebelumnya didukung oleh penelitian Fahmi et al. (2020), dimana dari total 102 responden, sebesar 76,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini yang turut



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga dan kualitas produk, sementara label halal hanya memberikan pengaruh sebesar 23,4% terhadap keputusan pembelian

Pemilihan *Ciomy* sebagai objek penelitian didasarkan pada tren konsumsi *frozen food* yang terus meningkat di Indonesia, terutama seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin praktis dan dinamis (Linardo et al., 2025). Dalam konteks tersebut, *Ciomy* hadir sebagai pelopor makanan *traveling* halal yang menawarkan solusi praktis bagi konsumen Muslim yang membutuhkan makanan cepat saji, mudah dibawa, dan tentunya terjamin kehalalannya (Saputra Rendy et al., 2025). Komitmen *Ciomy* terhadap prinsip *halalan toyyiban* menjadikannya menarik untuk diteliti, terutama dalam melihat sejauh mana inovasi produk dan label halal memengaruhi keputusan pembelian (Firdaus, 2023). Selain itu, berdasarkan telaah pustaka yang dilakukan, belum dimukan penelitian sebelumnya yang secara spesifik menggunakan produk *Ciomy* sebagai objek penelitian.

Berdasarkan paparan tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) mengenai seberapa besar pengaruh inovasi produk serta label halal dalam memengaruhi keputusan pembelian, dimana beberapa penelitian menunjukkan pengaruh signifikan, sementara lainnya tidak menunjukkan signifikansi. Kesenjangan ini menjadi dasar bagi penulis untuk mengkaji ulang faktor-faktor tersebut guna memperoleh pemahaman yang lebih relevan dengan kondisi pasar saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi produk dan label halal memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk *frozen food* *Ciomy*. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen Muslim dalam industri makanan beku.

Fenomena tersebut menjadi latar belakang ketertarikan penulis terhadap isu yang diangkat, yang kemudian mendorong dilakukannya penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk *Frozen Food* *Ciomy*”**.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah diuraikan, sektor makanan beku di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya gaya hidup praktis masyarakat (Augustinah et al., 2024). Seiring meningkatnya intensitas persaingan di pasar, produsen frozen food harus melakukan inovasi produk dan penguatan label halal untuk menarik minat konsumen dan menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing (Mutiara et al., 2020). Namun, faktanya Ciomy belum mampu mendominasi persaingan, berdasarkan hasil riset marketplace, Ciomy hanya memperoleh pangsa pasar sebesar 10,1%, tertinggal jauh dari kompetitor utamanya seperti Sehot dan Juara. kenyataanya, Ciomy telah melakukan inovasi produk melalui pengembangan varian rasa dan jenis produk, peningkatan kemasan, serta telah disertifikasi halal secara resmi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang seharusnya menjadi nilai tambah di tengah populasi Muslim terbesar di dunia (Sudarso, 2020). Fenomena ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara upaya inovasi dan kehalalan produk dengan keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk makanan beku.

Selain itu, terdapat perbedaan temuan dalam penelitian sebelumnya terkait pengaruh inovasi produk dan label halal terhadap keputusan pembelian. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa faktor lain seperti harga dan brand image lebih dominan dalam menentukan pilihan konsumen. Hal yang sama juga terjadi pada aspek label halal, di mana sebagian penelitian menemukan bahwa label halal meningkatkan keputusan pembelian, sementara penelitian lainnya menunjukkan bahwa label halal tidak selalu menjadi faktor utama dalam preferensi konsumen. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakpastian mengenai sejauh mana inovasi produk dan label halal memengaruhi keputusan pembelian dalam industri frozen food. Dengan persaingan pasar yang semakin ketat, pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran inovasi produk dan label halal dalam keputusan pembelian produk ini menjadi sangat penting. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji lebih lanjut bagaimana inovasi produk dan label halal memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk frozen food Ciomy.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut dapat dibuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian Ciomy pada konsumen Muslim?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Ciomy pada konsumen Muslim?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk dan label halal terhadap keputusan pembelian Ciomy pada konsumen Muslim?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian Ciomy pada konsumen Muslim.
2. Menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Ciomy pada konsumen Muslim.
3. Menganalisis pengaruh inovasi produk dan label halal terhadap keputusan pembelian Ciomy pada konsumen Muslim.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman mengenai industri *frozen food* halal, khususnya terkait inovasi produk, label halal, dan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi studi selanjutnya terkait pemasaran produk halal, terutama dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi preferensi dan perilaku konsumen.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk *frozen food* halal. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar bagi studi lanjutan terkait inovasi produk dan label halal dalam industri makanan beku.

b. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha Ciomy dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami peran inovasi produk dan label halal, pelaku usaha dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen Muslim serta meningkatkan daya saing di pasar.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan serta menyempurnakan variabel dan metode yang digunakan dalam penelitian serupa di masa depan.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang menggambarkan secara umum isi dari tiap bab yang saling berkaitan. Berikut sistematika penulisan skripsi ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian, yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang mendukung penelitian. Bagian ini mencakup kajian teoritis mengenai inovasi produk, label halal, keputusan pembelian, serta kajian penelitian terdahulu yang relevan. Selain itu, bab ini juga memaparkan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara rinci metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Pada bab ini juga menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, populasi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan sampel yang menjadi objek penelitian, serta teknik pengumpulan data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan penelitian yang diperoleh dari data yang telah dianalisis serta pembahasannya dalam konteks teori yang relevan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang telah dibuat berdasarkan hasil penelitian serta saran yang ditujukan bagi pihak-pihak terkait.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim pada produk frozen food Ciomy, dengan pendekatan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui aplikasi SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap inovasi yang dilakukan oleh produk Ciomy seperti adanya variasi rasa, kemasan yang praktis, dan kemudahan konsumsi maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memutuskan membeli produk tersebut. Inovasi yang dirasakan relevan dan menarik mampu meningkatkan minat dan keyakinan konsumen dalam memilih produk Ciomy.

2. Pengaruh Label Halal (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa kejelasan dan keberadaan label halal pada produk Ciomy memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen Muslim. Label halal menjadi salah satu pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, karena berkaitan langsung dengan kepatuhan konsumen terhadap prinsip syariat Islam.

3. Pengaruh Inovasi Produk (X1) dan Label Halal (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Inovasi Produk dan Label Halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap produk Ciomy. Kombinasi antara inovasi yang menarik dan kepastian kehalalan menjadi faktor utama yang memperkuat motivasi konsumen dalam memilih dan membeli produk, khususnya di kalangan konsumen Muslim.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai perilaku konsumen Muslim, khususnya dalam konteks pengaruh inovasi produk dan label halal terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini mendukung teori bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fungsional seperti inovasi dan kualitas, tetapi juga oleh faktor simbolik dan emosional seperti kepercayaan terhadap label halal. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana konsumen Muslim membuat keputusan pembelian yang sejalan dengan nilai-nilai religius dan preferensi rasional. Selain itu, hasil temuan ini dapat menjadi landasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya untuk menguji variabel serupa dalam konteks produk, wilayah, atau segmen pasar yang berbeda, sehingga memperluas generalisasi teori dalam ranah berbasis syariah.

b. Secara Praktis

1. Bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori dalam bidang perilaku konsumen Muslim. Akademisi dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai landasan untuk menganalisis hubungan antara inovasi produk, label halal, dan faktor-faktor lainnya dalam konteks industri halal.
2. Bagi pelaku usaha disarankan untuk terus berinovasi agar tetap sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap keunggulan rasa Ciomy dibandingkan merek lain masih rendah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas rasa perlu menjadi perhatian utama, misalnya melalui evaluasi formula, pemilihan bahan baku yang lebih baik, dan uji rasa berkala. Serta, kejelasan dan keterlihatan label halal harus tetap dijaga dengan bekerja sama dengan lembaga sertifikasi terpercaya serta memastikan informasi kehalalan mudah diakses oleh konsumen.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti persepsi kualitas, kepercayaan merek, promosi, atau religiusitas konsumen. Penelitian juga dapat dilakukan pada jenis produk lain selain *frozen food*, serta memperluas cakupan geografis responden untuk memperoleh hasil yang lebih representatif. Metode campuran (*mixed method*) atau pendekatan kualitatif juga dapat digunakan untuk menggali lebih dalam motivasi dan pertimbangan konsumen dalam memilih produk halal. Selain itu, dapat ditelusuri lebih lanjut bagaimana konsumen membandingkan produk dengan merek lain, sehingga diperoleh wawasan lebih komprehensif terkait proses pengambilan keputusan pembelian.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Hasib, M. K. A. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Mengkonsumsi Makanan Ringan di UNESA Ketintang (studi kasus terhadap anggota organisasi keislaman). *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 23–32. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Alasan Orang Indonesia Gemar Konsumsi Frozen Food. (2024). GoodStats Indonesia. <https://data.goodstats.id>
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Cobanoglu, C., & Ryu, K. (2020). Stimulating purchase behavior through product innovation and value creation: Evidence from halal food. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(3), 297–306.
- Andriani, A., Achmad Daengs GS, & Retno Susanti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Makanan Cepat Saji (studi kasus di KFC di Surabaya). *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 104–110. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i1.203>
- Arkan, I., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Label Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Makanan Halal. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(1), 65–74.
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2020). *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*. Harvard Business Review Press.
- Datapinter. (2025). *Top 5 frozen food olahan aci terlaris di marketplace*. <https://www.datapinter.com/top-5-frozen-food-olahan-aci-terlaris-2025>
- Dermawan, M. J., & Samudra, M. G. (2024). *Halal Label and Purchase Decisions on Food and Beverage Products: A Case Study in Cipedes Subdistrict Bandung City*. 15, 130–146.
- Dian Wulandari, O. A., Nurhimawan, E., Rofik, M., Wulandari, K., & Kurniawan, P. N. S. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Cirebon. *Jurnal EBI*, 5(2), 57–66.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.171>

Darsana, I. K., Ma'ruf, M., & Intan, P. (2024). *Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 26(1), 145-160.

Edi Fitriana Afriza, Rd. Roro Suci Nurdianti, Sri Hardianti Sartika, & Betanika Nila Nirbita. (2022). Peningkatan Keterampilan Pengolahan Frozen Food Dalam Rangka Menumbuhkan Perekonomian dan Mewujudkan Ketahanan Pangan. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 159–164. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.835>

Fadila, C. T., Farlian, T., & Ramly, A. (2020). The influence of Halal Label, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(1), 95–133. <https://doi.org/10.22515/jfib.v3i1.2627>

Fedianty Augustinah, Ambarwati Octaviani, Dian Ferriswara, Andry Herawati Listyawati, L. (2024). *Analyzing the Influence of Price, Promotion, and Trust on Consumer Purchase Decisions: A Study of Mr. Frozen Food on the Shopee Marketplace*. 11(02), 191–211.

Firdaus, F. (2023). Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), 39–54. <https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.322>

Fitriyah, A. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Sari Apel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3511. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9541>

Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144–1149. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.538>

Harahap, R. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12(2), 89-103.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.).

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hendradewi, S., Mustika, A., Darsiah, A., Tinggi, S., & Trisakti, P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/indexDOI:https://doi.org/10.30647/jip.v26i2>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.).
- Indonesia Frozen Food Market - Growth, Trends, and Forecasts*. (2023). Intelligence, Mordor. <https://www.mordorintelligence.com>
- Intan, I., Yulia, Y., & Saragih, E. J. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Japanese Pancake di Kota Pontianak. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 52–67. <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.1522>
- intensitas mengonsumsi makanan cepat saji dalam sepekan berdasarkan gender. (2024). Kadata. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/b483aeba392ea86/perempuan-lebih-sering-konsumsi-makanan-cepat-saji-ketimbang-laki-laki>
- Irsyad Arkan, & Anik Lestari Andjarwati. (2022). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Indomie. *Majalah Ekonomi*, 27(1), 63–71. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no1.a5417>
- Jumlah Penduduk Indonesia Tahun 2024. (2024). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id>
- Khoiriyah, A., & Wicaksana, P. S. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food Merek Golden Farm di Masyarakat Kota Bekasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1141–1144. <https://doi.org/10.37034/infv5i4.605>
- Kornitasari, Y., & Faidah, A. M. (2022). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yang Dikonsumsi Setiap Hari. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(3), 337–346. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.07>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2019). *Principles of Marketing*. In



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- The Economic Journal* (Vol. 38, Issue 151). <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kristiandi, K., Mahmuda, D., Yunita, N. F., & Maryono, M. (2022). Pendampingan Pembuatan Dan Pengemasan Frozen Food Pada Ibu Rumah Tangga. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 216. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i2.1037>
- Kusuma, D. A., Ibnu, F., Sukono, F., Rahayuningtyas, T. E., Imam, J., No, B., & Kidul, P. (2024). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Semarang Universitas Dian Nuswantoro Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Gambar 1 . Data Perkembangan Industri Makanan dan Minuman terutama k.* 9(2), 302–316.
- Linardo, V., Alinadrina, D., & Batam, I. (2025). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT REPURCHASE INTENTION PADA PRODUK FROZEN FOOD DENGAN PURCHASE DECISION SEBAGAI.* 14(April), 17–33.
- Ma'ruf, N., Alfalisyo, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>
- Maharani, H. I. D., Supardi, S., & Pramadeka, K. (2024). Pengaruh Label Halal Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Toko Bakery. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 940–956. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3773>
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nari, N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Al-Iqtishad*, 17(2), 176. <https://doi.org/10.24014/jiq.v17i2.10602>
- Ningsi, B. A. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Pelayanan Dengan Metode SEM-PLS. *Jurnal Statistika Dan Aplikasinya*, 2(2), 8–16. <https://doi.org/10.21009/jsa.02202>
- Nurina, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Pasar Lama Tangerang. *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 295–303. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2626>
- Nurmaya Adianti, S., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.60>
- Olayeni, A., Ogbo, A., Okwo, H., Chukwu, B., Ifediora, C., & Ezenwakwelu, C. (2021). Green strategy effect on financial and environmental performance: a mediation analysis of product quality. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13042115>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Putri, A. A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 226–236. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.2.11>
- Putri, M. N., Mutia, A., & Siregar, E. S. (2023). Pengaruh Label Halal, Brand Image, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Restoran Ichiban Jamtos Jambi. *Journal of Student Research*, 1(6), 257–275.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Ratayah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 152–163. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10582>
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- Sagita, S. A., & Sarsono, S. (2021). Purchase Decisions From Social Media Marketing, Product Innovation, and Celebrity Endorser. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 71–75. <https://doi.org/10.36555/almana.v5i1.1543>
- Saragih, M. D., Pauzy, D. M., & Sutrisna, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada konsumen Samudra Resto & Cafe Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1(No. 10), 3385–3392.
- Schilling, M. A. (2020). *Strategic Management of Technological Innovation* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Sitompul, S. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>
- Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>
- Sudarso. (2020). *Manajemen pemasaran* (Issue 62).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawati, C., Joharudin, A., Abduh, M., & Sonjaya, A. (2023). The Influence of Religiosity and Halal Labeling on Purchase Intention of Non-Food Halal Products. *Indonesian Journal of Halal Research*, 5(2), 77–89. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v5i2.22965>
- Syifa Idztihar, A., Arumsari, A., Salsabila, F. N., Ummah, R., Supriatna, A., Cahyanto, T., Biologi, J., Sains, F., Teknologi, D., Sunan, U., Djati, G., Jalan, B., & Nasution, A. H. (2023). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Kemasan Yang Tidak Memiliki Sertifikasi Label Halal. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 17–24. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.853>
- Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumh Makan Kampoeng Sawah Kabupaten



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bandung. *Ekspansi*, 9(1), 71–95.

Widjaja, A., & Rahmat, T. (2021). *Consumer Decision Making in Digital Era*. Jakarta: Pustaka Akademika.

Wijaya, S. A., & Padmantyo, S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 161–168. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1843>

Zhang, J. A., & Utami, C. W. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Elly Bakery. *Performa*, 8(5), 559–570. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i5.3803>





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Muslim Pada Produk Frozen Food Ciomy**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya Fisca Adilla, mahasiswi aktif Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Frozen Food Ciomy.”** Survei ini akan memakan waktu sekitar 3-5 menit. Saya menjamin bahwa setiap informasi yang Anda sampaikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik. Tidak ada informasi pribadi yang akan dipublikasikan atau disalahgunakan.

Sehubungan dengan penelitian ini, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi sebagai responden. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Merupakan konsumen Muslim.
2. Berusia antara 18 hingga 45 tahun.
3. Pernah melakukan pembelian produk Ciomy dalam 3–6 bulan terakhir.

Atas kesediaan dan partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga waktu dan bantuan yang Anda berikan menjadi kontribusi yang berarti bagi kelancaran penelitian ini.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Peneliti,

Fisca Adilla



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kuesioner ini terdiri dari 3 bagian yaitu Inovasi Produk, Label Halal, dan Keputusan Pembelian. Pada setiap bagian terdiri dari beberapa pernyataan. Petunjuk pengisian kuesioner ini sebagai berikut:

1. Bacalah sejumlah pertanyaan di bawah ini dengan saksama
2. Isilah data yang diperlukan oleh peneliti dengan keadaan yang sebenarnya
3. Pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda
4. Diharapkan tidak ada pertanyaan yang terlewat dalam mengisi Keterangan pengisian kuesioner yaitu:
 - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 - 2 = Tidak Setuju (TS)
 - 3 = Kurang Setuju (KS)
 - 4 = Setuju (S)
 - 5 = Sangat Setuju (SS)

b. Pernyataan Penelitian

1. Tahap *Screening*

Mohon diperhatikan, jika jawaban responden untuk pernyataan dibawah ini adalah "Ya" maka responden dapat melanjutkan menjawab pernyataan berikutnya. Namun jika "Tidak" mohon untuk tidak melanjutkan ke pernyataan berikutnya.

No	Pernyataan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1	Saya adalah seorang Muslim		
2	Saya pernah membeli dan/atau mengonsumsi produk Ciomy dalam 3-6 bulan terakhir		

2. Data Diri Responden

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban
1	Nama Lengkap	
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
		Perempuan
3	Usia	18-24 tahun



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		25-34 tahun
		35-45 tahun
4	Pendidikan Terakhir	SMP/MTS
		SMA/SMK/MA
		Diploma (D1,D2,D3)
		Sarjana (S1, S.Tr)
		Lainnya
5	Pekerjaan saat ini	Pelajar/Mahasiswa
		Pegawai Negeri Sipil
		Pegawai Swasta
		Wirausaha
		Ibu Rumah Tangga
		Lainnya
6	Penghasilan per Bulan	< Rp 500.000
		Rp 500.000 - Rp 1.000.000
		Rp1000.000 - Rp 2.000.000
		Rp. 2.000.000 - Rp 3.000.000
		Rp. 3.000.000 - 4.000.000
		> Rp 4.000.000

3. Inovasi Produk (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya yakin produk Ciomy memiliki rasa yang lebih unggul dibanding merek lain					
2	Saya yakin produk Ciomy aman untuk dikonsumsi karena memiliki komposisi bahan yang berkualitas					
3	Adanya variasi produk dan rasa membuat saya lebih tertarik untuk mencoba produk Ciomy					
4	Saya dapat dengan mudah memahami informasi yang tercantum pada kemasan produk Ciomy					
5	Kemasan Ciomy praktis dan mudah dibawa, terutama saat berpergian					
6	Saya mengenali produk Ciomy dengan mudah dari desain kemasannya					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Label Halal (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya selalu memperhatikan keberadaan logo halal sebelum membeli produk makanan					
2	Keberadaan logo halal pada kemasan produk Ciomy meningkatkan rasa percaya diri saya untuk mengonsumsinya					
3	Saya mencari informasi tentang status kehalalan produk sebelum memutuskan untuk membeli					
4	Saya lebih memilih produk yang mencantumkan detail bahan baku secara transparan					
5	Produk dengan label halal memberikan jaminan bahwa proses produksinya sesuai dengan standar kebersihan dan kesehatan					
6	Produk yang memiliki label halal lebih dipercaya oleh masyarakat luas					
7	Keberadaan label halal pada produk Ciomy menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian saya					

5. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya tertarik membeli produk Ciomy karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya membeli produk Ciomy karena kepraktisannya dalam penyajian dan konsumsi					
3	Saya memperhatikan ulasan atau review konsumen lain sebelum membeli produk Ciomy					
4	Saya membandingkan produk Ciomy dengan merek lainnya sebelum membeli					
5	Saya memilih produk Ciomy berdasarkan kehalalan dan kualitasnya					
6	Saya memutuskan untuk membeli produk Ciomy karena memenuhi kriteria yang saya cari					
7	Saya akan merekomendasikan produk ini kepada orang lain jika saya merasa puas					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner

Inovasi Produk (X1)						Label Halal (X2)							Keputusan Pembelian (Y)						
IP1	IP2	IP3	IP4	IP5	IP6	LH1	LH2	LH3	LH4	LH5	LH6	LH7	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	2	3	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4
3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	4	5	2	2	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
3	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Inovasi Produk (X1)						Label Halal (X2)							Keputusan Pembelian (Y)						
IP1	IP2	IP3	IP4	IP5	IP6	LH1	LH2	LH3	LH4	LH5	LH6	LH7	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7
5	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4
4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	2	3	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5
3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Inovasi Produk (X1)						Label Halal (X2)							Keputusan Pembelian (Y)						
IP1	IP2	IP3	IP4	IP5	IP6	LH1	LH2	LH3	LH4	LH5	LH6	LH7	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7
4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	5	4	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
3	4	3	3	2	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	3	3	3	2	3	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4
3	3	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4



Lampiran 3 Hasil uji validitas dan uji reliabilitas *pre-test*

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...			
Inovasi Produk (X1)	0.847	0.848	0.887	0.568			
Keputusan Pembelian (Y)	0.902	0.910	0.922	0.628			
Label Halal (X2)	0.887	0.893	0.912	0.597			



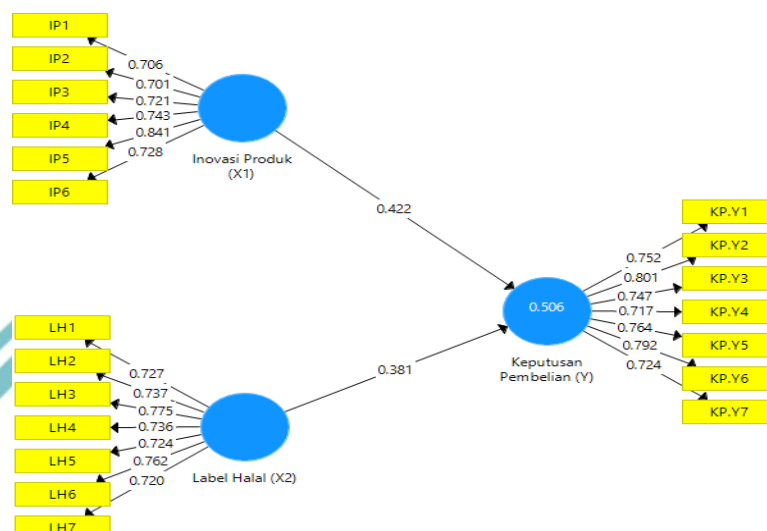
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 4 Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

A. Loading Factor



B. Cross Loading

	Inovasi Produk (X1)	Keputusan Pembelian (Y)	Label Halal (X2)
IP1	0.706	0.471	0.426
IP2	0.701	0.463	0.329
IP3	0.721	0.470	0.374
IP4	0.743	0.496	0.516
IP5	0.841	0.455	0.450
IP6	0.728	0.477	0.416
KP.Y1	0.558	0.752	0.625
KP.Y2	0.584	0.801	0.523
KP.Y3	0.475	0.747	0.391
KP.Y4	0.371	0.717	0.301
KP.Y5	0.420	0.764	0.449
KP.Y6	0.530	0.792	0.483
KP.Y7	0.364	0.724	0.419
LH1	0.502	0.647	0.727
LH2	0.356	0.458	0.737
LH3	0.446	0.420	0.775
LH4	0.387	0.347	0.736
LH5	0.314	0.353	0.724
LH6	0.437	0.410	0.762
LH7	0.432	0.439	0.720

C. Average Variance Extracted (AVE)

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...			
Inovasi Produk (X1)	0.835	0.835	0.880	0.550			
Keputusan Pembelian (Y)	0.877	0.888	0.904	0.574			
Label Halal (X2)	0.866	0.880	0.895	0.548			

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

A. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

R Square

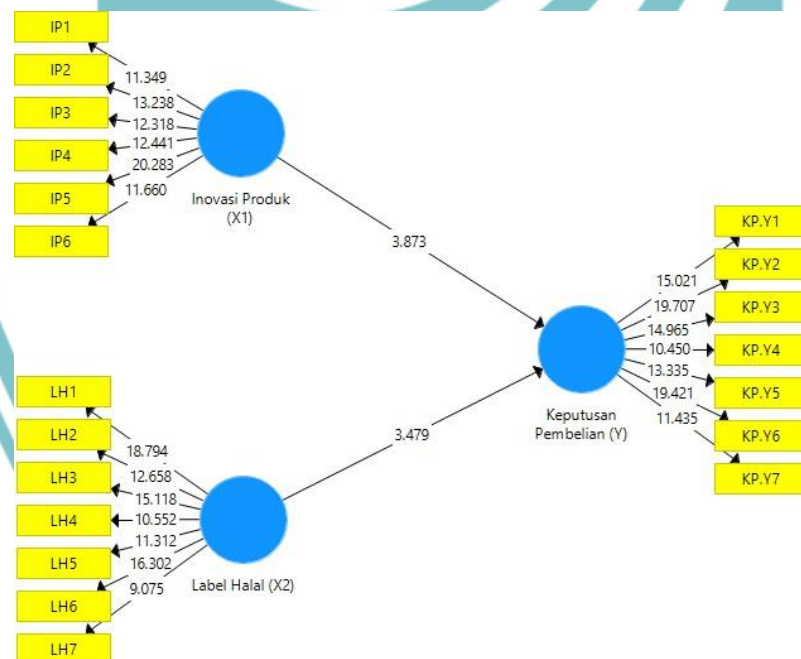
Matrix	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Pembelian (Y)	0.506	0.496

B. Uji F-Square

f Square

Matrix	f Square
Inovasi Produk (X1)	0.245
Keputusan Pembelian (Y)	
Label Halal (X2)	0.200

C. Uji Hipotesis



Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values	
Inovasi produk (X1) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.422	0.428	0.103	4.109	0.000	
Label Halal (X2) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.381	0.394	0.106	3.586	0.000	