

PENGARUH LABEL HALAL DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OBAT HERBAL HNI HPAI DI JABODETABEK

TSABITA FITHRIYA



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Herbal HNI HPAI di Jabodetabek” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada IPB University.

Bogor, Agustus 2026

Tsabita Fithriya
H5401201077

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



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



ABSTRAK

TSABITA FITHRIYA. Pengaruh Label Halal dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Herbal HNI HPAI di Jabodetabek. Dibimbing oleh RANTI WILIASIH.

Obat herbal menjadi salah satu jalan bagi konsumen muslim yang ingin mengobati dirinya sendiri. Konsumen muslim menjadi lebih kritis untuk memilih produk obat herbal yang sesuai dengan mempertimbangkan faktor label halal dan bauran pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk obat herbal HNI HPAI di Jabodetabek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel label halal, harga, dan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk obat herbal HNI HPAI, sedangkan variabel promosi dan tempat tidak memiliki pengaruh signifikan.

Kata Kunci: bauran pemasaran, keputusan pembelian, label halal, obat herbal

ABSTRACT

TSABITA FITHRIYA. The Influence of Halal Label and Marketing Mix on Purchasing Decisions for Herbal Medicine Products of HNI HPAI in Jabodetabek. Supervised by RANTI WILIASIH.

Herbal medicine has become a viable option for Muslim consumers seeking self-medication. Muslim consumers became more critical in selecting herbal medicine products by considering halal labeling and marketing mix factors. This study aimed to analyze the effects of halal labeling and the marketing mix on the purchasing decisions of HNI HPAI herbal medicine products in the Greater Jakarta (Jabodetabek) area. The methods used in this study were descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that halal labeling, price, and product had a positive and significant effect on the purchasing decisions of HNI HPAI herbal medicine products, while promotion and place did not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: halal label, herbal medicine, marketing mix, purchasing decisions



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH LABEL HALAL DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OBAT HERBAL HNI HPAI DI JABODETABEK

TSABITA FITHRIYA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Ekonomi Syariah

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Asep Nurhalim, Lc, M.Pd.I.
- 2 Muhammad Nur Faaiz FA., S.E., M.Sc.



Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Herbal HNI HPAI di Jabodetabek

Nama : Tsabita Fithriya
NIM : H5401201077

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ranti Wiliasih, S.P., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi Syariah:
Dr. Khalifah Muhamad Ali., S.Hut., M.Si.
NIP. 199603102014041001



Tanggal Ujian:
3 Agustus 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Label Halal dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Herbal HNI HPAI di Jabodetabek” ini berhasil diselesaikan.

Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Orang tua penulis yaitu Bapak Agus Salim Daroini dan Ibu Euis Tejainten Januarini, serta adik dan kakak penulis Fikri, Faiz, Fatiya, Salma, dan Adil yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
2. Ibu Dr. Ranti Wiliasih, S.P., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran serta membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Asep Nurhalim, Lc, M.Pd.I dan Bapak Muhammad Nur Faaiz FA., S.E., M.Sc selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran untuk penelitian ini.
4. Seluruh dosen, staf, dan seluruh civitas Departemen Ilmu Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Para responden yang telah mengisi kuesioner penelitian penulis, sehingga penelitian berjalan dengan baik dan lancar.
6. Sahabat penulis dari Eksyar 57, Nurhayati dan Yolanda, yang selalu kebersamaian penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
7. Aurora Rembulan selaku sahabat kecil penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh pihak yang membantu penulis selama penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan

Bogor, Agustus 2026

Tsabita Fithriya

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Bauran Pemasaran	6
2.2 Keputusan Pembelian	6
2.3 Halal	7
2.4 Label Halal	8
2.5 Penelitian Terdahulu	9
2.6 Kerangka Penelitian	11
2.7 Hipotesis	11
III METODE PENELITIAN	12
3.1 Waktu dan Tempat	12
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data	12
3.3 Populasi dan Sampel Data	12
3.4 Metode Pengambilan Data	13
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	13
3.6 Definisi Operasional	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Karakteristik Responden	18
4.2 Uji Asumsi Klasik	19
4.3 Hasil Estimasi dan Uji Statistik	20
V SIMPULAN DAN SARAN	24
5.1 Simpulan	24
5.2 Saran	24
DAFTAR PUSTAKA	25
LAMPIRAN	28
RIWAYAT HIDUP	37



DAFTAR TABEL

1	5 Negara konsumen terbesar berdasarkan pengeluaran farmasi halal	1
2	Jumlah penduduk beragama Islam di Jabodetabek 2023	4
3	Penelitian terdahulu	9
4	Skala Likert	13
5	Definisi operasional dan indikator variabel	15
6	Karakteristik demografi responden	18
7	Hasil uji normalitas	19
8	Hasil uji multikolinearitas	19
9	Hasil uji heteroskedastisitas	20
10	Hasil analisis regresi linear berganda	20
11	Hasil uji koefisien determinasi (R ²)	21
12	Hasil uji anova	22
13	Hasil uji t	22

DAFTAR GAMBAR

1	Rata-rata pengeluaran kesehatan per kapita untuk obat di Indonesia	2
2	Proses keputusan pembelian	7
3	Label Halal terbaru	8
4	Kerangka Pemikiran	11

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	29
2	Uji validitas dan uji reliabilitas	33
3	Uji normalitas	34
4	Uji multikolinearitas	35
5	Uji heteroskedastisitas (Glejser)	35
6	Hasil analisis regresi linear berganda	35
7	Hasil uji anova	36
8	Hasil uji koefisien determinasi	36