

**"PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, METODE PEMBAYARAN
DIGITAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GEN Z DENGAN MINAT KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI FOOD & BEVERAGE DI KOTA SURABAYA"**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sertifikasi halal, metode pembayaran digital, dan harga terhadap keputusan pembelian Generasi Z dengan minat konsumen sebagai variabel intervening pada industri Food & Beverage (F&B) di Kota Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research. Sampel penelitian terdiri dari 112 responden Generasi Z berusia 18–27 tahun di Surabaya yang pernah membeli produk F&B, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dengan nilai t-statistik sebesar 54,100 dan p-values 0,000. Sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-statistik 1,991 dan p-values 0,047. Selain itu, harga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-statistik 3,732 dan p-values 0,000. Namun, sertifikasi halal dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

Minat konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-statistik 0,740 dan p-values 0,459, sehingga tidak terbukti berperan sebagai variabel intervening. Dengan demikian, keputusan pembelian Generasi Z pada produk F&B di Surabaya secara langsung dipengaruhi oleh sertifikasi halal dan harga, sedangkan metode pembayaran digital hanya berpengaruh pada tahap minat. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor rasional seperti jaminan kehalalan dan kesesuaian harga lebih menentukan dalam keputusan pembelian aktual dibandingkan kenyamanan transaksi digital.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Metode Pembayaran Digital, Harga, Minat Konsumen, Keputusan Pembelian, Generasi Z, SEM-PLS.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of halal certification, digital payment methods, and prices on Generation Z purchasing decisions with consumer interest as an intervening variable in the Food & Beverage (F&B) industry in Surabaya. The study used a quantitative approach with an explanatory research type. The research sample consisted of 112 Generation Z respondents aged 18–27 years in Surabaya who had purchased F&B products, selected using a purposive sampling technique. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using the SEM-PLS method with the help of SmartPLS 4.

The results showed that digital payment methods had a positive and significant effect on consumer interest with a t-statistic value of 54.100 and P-Values of 0.000. Halal certification had a significant effect on purchasing decisions with a t-statistic value of 1.991 and p-values of 0.047. In addition, price also had a significant effect on purchasing decisions with a t-statistic value of 3.732 and p-values of 0.000. However, halal certification and price did not have a significant effect on consumer interest.

Consumer interest did not significantly influence purchasing decisions with a t-statistic of 0.740 and p-values of 0.459, thus not being proven to act as an intervening variable. Thus, Generation Z's purchasing decisions for F&B products in Surabaya are directly influenced by halal certification and price, while digital payment methods only influence the interest stage. These findings indicate that rational factors such as halal assurance and price suitability are more influential in actual purchasing decisions than the convenience of digital transactions.

Keywords: Halal Certification, Digital Payment Methods, Price, Consumer Interest, Purchasing Decisions, Generation Z, SEM-PLS

DAFTAR ISI

COVER	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Landasan Teori	16
1. Sertifikasi Halal.....	16
2. Metode Pembayaran Digital	22
3. Harga	28
4. Minat Konsumen	35
5. Keputusan Pembelian	40
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Pemikiran Teoritik	48
D. Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Jenis Penelitian	52
B. Lokasi Penelitian	52

C. Sumber Data	53
D. Teknik Pengumpulan Data	54
E. Populasi dan Sampel	54
F. Teknik Analisis Data	56
G. Variabel Operasional	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	62
B. Deskripsi Responden.....	66
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
2. Responden Berdasarkan Usia	67
3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	68
4. Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	69
C. Hasil Uji Olah Data	70
3. Realibilitas dan Validitas	73
5. <i>Fornell Lacker</i>	79
E. Hipotesis.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
I. KESIMPULAN	96
II. SARAN	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN – LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	53
Tabel 3. 2 Desain Instrumen Penelitian.....	58
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	67
Tabel 4. 2 Usia Responden	68
Tabel 4. 3 Tingkat Pendapatan Responden.....	69
Tabel 4. 4 Tingkat Pekerjaan Responden	70
Tabel 4. 5 Uji Validitas dan Realibilitas	73
Tabel 4. 6 Fornell Lacker	80
Tabel 4. 7 Path Coefficients	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Sertifikasi Halal	2
Gambar 1. 2 Data Metode Pembayaran Digital	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	49
Gambar 4. 1 Graphic	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1	Formulir Kuisisioner	109
Lampiran 1. 2	Hasil Tabulasi Data	112
Lampiran 1. 3	Hasil Olah Data Analisis SEM-PLS	115