

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun penjelasan dari pustaka, yang terdapat dalam Skripsi yang telah disebutkan kutipan secara jelas sesuai dengan etika keilmuan sesuai penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau semua isi skripsi merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang terima sanksi akademik lain sesuai peraturan yang berlaku.

Serang, 04 Agustus 2025



**Laila Zalfa Salsabila**

NIM: 211410084

## ABSTRAK

Nama : Laila Zalfa Salsabila, NIM : 211410084, Judul Skripsi : **Pengaruh *Islamic Branding*, Kesadaran Labelisasi Halal dan Halal *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada *E-Commerce* TikTok Shop ( Studi Pada Masyarakat Generasi Z di Kota Serang)**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam perilaku konsumsi masyarakat, termasuk dalam transaksi jual beli makanan secara daring melalui *platform e-commerce* seperti TikTok Shop. Di tengah tren tersebut, konsumen Muslim dihadapkan pada tantangan untuk tetap menjaga prinsip kehalalan dalam setiap keputusan pembelian. Fenomena ini memunculkan kebutuhan untuk mengkaji faktor-faktor seperti *Islamic branding*, kesadaran labelisasi halal, dan halal *lifestyle* yang diduga memengaruhi keputusan pembelian makanan di *platform* digital, khususnya oleh Generasi Z sebagai kelompok pengguna dominan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan dari *Islamic branding*, kesadaran labelisasi halal, dan halal *lifestyle* terhadap keputusan pembelian makanan pada *e-commerce* TikTok Shop di kalangan masyarakat Generasi Z di Kota Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 384 responden yang dipilih menggunakan *accidental sampling*, data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *Islamic branding* dan kesadaran labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan pada TikTok Shop. Sementara itu, halal *lifestyle* tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa *Islamic branding* dan kesadaran terhadap label halal menjadi pertimbangan utama konsumen Muslim muda dalam pembelian makanan secara daring, sedangkan halal *lifestyle* belum menjadi faktor dominan.

**Kata kunci:** Generasi Z, halal *lifestyle*, *Islamic branding*, kesadaran labelisasi halal, keputusan pembelian, TikTok Shop



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. (0254) 2003323 Fax. (0254) 200022

Nomor : Nota Dinas  
Lamp : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : **Pengajuan Ujian Munaqasyah  
a.n Laila Zalfa Salsabila  
NIM: 211410084**

Kepada Yth  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam  
**UIN SMH Banten**  
di -  
Serang

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Laila Zalfa Salsabila, NIM: 211410084**, yang berjudul "**Pengaruh Islamic Branding, Kesadaran Labelisasi Halal dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada E-commerce TikTok Shop (Studi pada Masyarakat Generasi Z di Kota Serang)**" diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten. Maka kami ajukan skripsi dengan harapan dapat segera dimunaqasyah

Demikian, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 04 Agustus 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Hadi Peristiwa, S.E., M.M**  
NIP. 198111032011011004

**Ma'mun Nawawi, M.E**  
NIP. 199303022019031009

**PERSETUJUAN**

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING*, KESADARAN LABELISASI  
HALAL DAN HALAL *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MAKANAN PADA *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP  
(Studi pada Masyarakat Generasi Z di Kota Serang)**

Oleh:

**Laila Zalfa Salsabila**  
**NIM. 211410084**

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Hadi Peristiwa, S.E., M.M**  
**NIP. 198111032011011004**



**Ma'mun Nawawi, M.E**  
**NIP. 199303022019031009**

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua  
Jurusan Ekonomi Syariah



**Prof. Dr. Budi Sudrajat, M.A**  
**NIP. 197403072002121004**



**Elsa, M.Ak**  
**NIP. 198510062019032011**

## PENGESAHAN

Skripsi a.n.: Laila Zalfa Salsabila, NIM: 211410084, Judul Skripsi: **“Pengaruh *Islamic Branding*, Kesadaran Labelisasi Halal dan Halal *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada *E-commerce* TikTok Shop (Studi pada Masyarakat Generasi Z di Kota Serang)”**. telah diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 17 September 2025 diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 17 September 2025

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,



**Dr. Hadi Peristiwo, S.E., M.M**  
NIP. 198111032011011004

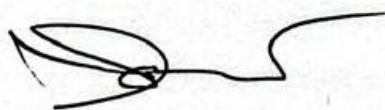


**Surahman, M.E**  
NIP. 198109112015031003

Anggota-Anggota,

Penguji I

Penguji II



**Prof. Dr. Budi Sudrajat, M.A**  
NIP. 197403072002121004



**Asep Dadan Suganda, M.Sh.Ec.**  
NIP. 198204222023211018

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Hadi Peristiwo, S.E., M.M**  
NIP. 198111032011011004



**Ma'mun Nawawi, M.E**  
NIP. 199303022019031009

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil'alamin.* Penulis ucapkan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. penulis persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua, Ayahanda Misbah dan Ibunda Erna Susanti yang senantiasa mengusahakan kebahagiaan serta selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan segala bentuk kasih sayang, pengorbanan dan dukungan kepada penulis. Skripsi ini juga merupakan tanda bahwa perjuangan orang tua penulis selama ini tidak sia-sia.

Diri saya sendiri, Laila Zalfa Salsabila yang telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya.

Keluarga, sahabat, teman dan semua pihak yang terlibat dalam proses ini. Terima kasih untuk segala do'a dan dukungannya. Kalian adalah salah satu alasan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. *Al-Insyirah*, 5-6)

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

## **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

Penulis Bernama Laila Zalfa Salsabila, dilahirkan di Kota Bogor pada tanggal 15 Mei 2003, anak ke-1 dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Misbah dan Ibu Erna Susanti.

Penulis memulai pendidikan formalnya di TK Kutilang pada tahun 2008 sampai 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan di SDN Kramatwatu 2 dari tahun 2010 sampai 2016, lalu melanjutkan ke jenjang pendidikan tingkat menengah pertama dan menengah atas di Pondok Pesantren Modern Al-Mizan Pandeglang dari tahun 2016 hingga 2021. Pada tahun 2021, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Selama masa perkuliahan penulis mengikuti Magang/PPL di Bank BSI KCP Cilegon A Yani, *Volunteer Sada.id*.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb.*

Segala puji syukur senantiasa selalu terucap kehadirat Allah SWT. Sang pencipta alam semesta atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada seluruh hamba-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai panutan dan suri teladan bagi umat manusia.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi berjudul “Pengaruh *Islamic Branding*, Kesadaran Labelisasi Halal dan Halal *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada *E-Commerce* TikTok Shop (Studi Pada Masyarakat Generasi Z di Kota Serang).” Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana dalam program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dorongan dari berbagai pihak. oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Wawan Wahyuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

2. Ibu Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Bapak Asep Dadan Suganda, M. Sh. Ec. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Terimakasih arahan dan ilmu-ilmu yang bapak berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Dr. Hadi Peristiwa, M.M., dan Ma'mun Nawai, M.E., selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingan dan arahan serta ilmu-ilmu yang Bapak berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mengajar, mendidik dan memotivasi dalam memberikan dukungan lahir dan batin kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Keluarga tercinta, Ayahanda Misbah dan Ibunda Erna Susanti serta keluarga. Terimakasih atas dukungan dan doanya setiap waktu dan selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
7. Terima kasih kepada Sahabat seperjuangan Uswatun Hasanah, Dian Safitri Robiatul Adawiyah, dan Siti Paujiah Salsabila yang sudah menjadi teman penulis mulai 2021 sampai saat ini dan banyak berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini, terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman yang

sangat berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga sampai terselesaikan perkuliahan ini.

8. Kepada sahabat-sahabat terkasih saya Sintya Nur Fitri, Ardelia Nur Sabila, Aida Afifah Millatina dan Ajeng Ayu Tri Pratiwi yang selalu memberikan dukungan dan inspirasi dalam berbagai bentuk.
9. Teman seperjuangan dikampus, khususnya Ekonomi Syariah C 2021. Terimakasih atas kebersamaan, pembelajaran, informasi-informasi, dukungan dan semangat yang diberikan kepada satu sama lain.

Akhir kata, penulis berharap semoga seluruh bantuan dan motivasi yang disumbangkan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini menjadi amal shaleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya, serta menjadi salah satu penyumbang dan pelengkap ilmu pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Wr: Wb*

Serang, 14 Juli 2025

**Laila Zalfa Salsabila**  
NIM: 211410084

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Perumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Masalah .....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	15
H. Kerangka Pemikiran .....	19
I. Hipotesis.....	23
J. Sistematika Pembahasan .....	24
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b>	
A. Konsep Jual Beli Online ( <i>E-Commerce</i> ) .....	26
1. Pengertian Jual Beli .....	26
2. Rukun dan Syarat Jual Beli .....	29
3. Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	33
B. Konsep <i>Islamic Branding</i> .....	37

1. Pertumbuhan Pasar Muslim Dunia .....	37
2. Pengertian <i>Islamic Branding</i> .....	39
3. Indikator <i>Islamic Branding</i> .....	41
C. Kesadaran Labelisasi Halal .....	42
1. Pengertian Halal .....	42
2. Pengertian Kesadaran Labelisasi Halal .....	43
3. Indikator Kesadaran Labelisasi Hala .....	145
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Labelisasi Halal .....	46
D. Konsep Halal <i>Lifestyle</i> .....	47
1. Pengertian Gaya Hidup.....	47
2. Pengertian Halal <i>Lifestyle</i> .....	48
3. Indikator Halal <i>Lifestyle</i> .....	50
4. Urgensi Halal <i>Lifestyle</i> Sebagai Sebuah Gaya Hidup Masa Kini.....	55
E. Keputusan Pembelian .....	58
1. Definisi Keputusan Pembelian .....	58
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	59
3. Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen .....	60
F. Teori Perilaku Konsumen ( <i>Consumer Behavior</i> ) .....	61
G. Hubungan Antar Variabel .....	62
1. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
2. Pengaruh Kesadaran Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
3. Pengaruh Halal <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
H. Hipotesis.....	64

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	66
B. Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	66
1. Jenis Penelitian .....	66
2. Sumber Data .....	67
C. Populasi dan Sampel .....	67
1. Populasi .....	67

2. Sampel .....	68
D. Teknik Pengumpulan Data .....	71
E. Teknik Analisis Data .....	73
1. Uji Instrumen Penelitian.....	73
2. Uji Asumsi Klasik.....	74
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
4. Uji Hipotesis .....	78
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	80

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	82
B. Karakteristik Responden .....	82
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	84
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal Saat Ini .....	85
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Sebagai Pengguna TikTok Shop .....	86
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Makanan di TikTok Shop .....	87
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	88
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	89
C. Teknik Analisis Data .....	90
1. Uji Instrumen Penelitian.....	90
2. Uji Asumsi Klasik .....	95
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	99
4. Uji Hipotesis .....	101
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	105
1. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada <i>E-Commerce</i> TikTok Shop.....	105
2. Pengaruh Kesadaran Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada <i>E-Commerce</i> TikTok Shop.....	105

3. Pengaruh Halal <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada <i>E-Commerce</i> TikTok Shop.....	106
4. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> , Kesadaran Labelisasi Halal dan Halal <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada <i>E-Commerce</i> TikTok Shop.....	107
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPRAN .....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	80
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Tempat Tinggal Saat Ini.....	85
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Sebagai Pengguna TikTok Shop.....	86
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Makanan di TikTok Shop.....	87
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	88
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	89
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Islamic branding</i> (X1).....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kesadaran Labelisasi Halal (X2).....	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Halal <i>Lifestyle</i> (X3).....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	94
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	96
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	98
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	99
Tabel 4.17 Hasil Uji T Parsial .....	101
Tabel 4.18 Hasil Uji F Simultan.....	103
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	22
------------------------------------	----