

**`PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, HALAL KNOWLEDGE
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK ROTI O DI KOTA PADANG DENGAN SIKAP
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis
Syariah*



Disusun Oleh :

Adisti Larasati

2216030009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
PADANG
1447H/2026**

PERNYATAAN KEORISINALAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ **Pengaruh *Social Media marketing*, *Halal Knowledge* dan *Kualits Produk* terhadap Keputusan pembelian konsumen Produk Roti'O di Kota Padang dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi**” adalah benar hasil karya saya, sudah diuji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau dipublikasi ataupun karya yang sudah dipulikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar keserjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar keserjanaan saya.

Padang, 15 Juni 2026

Menyatakan



Adisti Larasati
2216030009



PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQSAH

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Social Media Marketing, Halal Knowledge dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Roti;O di Kota Padang dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi.”** disusun oleh Adisti Larasati NIM. 2216030009 telah diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang pada hari Senin, 15 Juni 2026 dan dinyatakan Lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S1) pada prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 15 Juni 2026

Tim Penguji

Ketua

Dr. Nora Zulvianti, SS, M.M
NIP. 197803292005012004

Sekretaris

Rangga Wisanggara, MM
NIP. 198709142019031004

Anggota

Penguji I

Dr. Nora Zulvianti, SS, M.M
NIP. 197803292005012004

Penguji II

Rangga Wisanggara, MM
NIP. 198709142019031004

Pembimbing

Pembimbing I

Dr. Alfi Syukri/Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSp
NIP. 197509292000031005

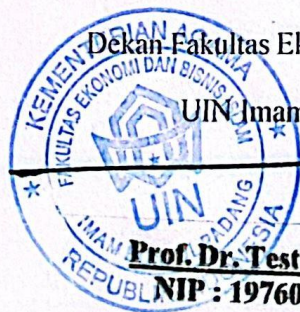
Pembimbing II

Andre Wiratha, SE.Sy.,M.
NIP. 199001252023211019

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Imam Bonjol Padang



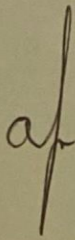
Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag
NIP : 197606042003121001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul, “ **Pengaruh Social Media Marketing, Halal Knowledge dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Roti'O di Kota Padang dengan Sikap Konsumen sebagai variabel mediasi**” yang disusun oleh Adisti Larasati dengan NIM 2216030009 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Padang, 25 Mei 2026

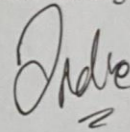
Pembimbing I



Dr. Alfi Syukri Rama. S.E., M.M., CCMs., CPSp

NIP. 197509292000031005

Pembimbing II



Andre Wiratha. S.E.Sy., M.M

NIP. 199001252023211019

ABSTRAK

Judul skripsi ini adalah **“Pengaruh *Social Media Marketing*, *Halal Knowledge* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Roti’O di Kota Padang dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi**” disusun oleh Adisti Larasati, NIM 2216030009, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Adapun yang melatar belakangi penelitian ini adalah meningkatnya perkembangan industri bakery modern halal di Indonesia serta persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya melalui social media marketing, halal knowledge, kualitas produk, dan sikap konsumen. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Social Media Marketing, Halal Knowledge, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk Roti’O di Kota Padang dengan Sikap Konsumen sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 190 responden menggunakan metode accidental sampling dan dianalisis menggunakan SEM PLS dengan software SmartPLS 3.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Social Media Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Halal Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Konsumen, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Konsumen, Social Media Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Konsumen, serta Sikap Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu, Sikap Konsumen mampu memediasi pengaruh Social Media Marketing, Halal Knowledge, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk Roti’O di Kota Padang.

Kata Kunci : Social Media Marketing, Halal Knowledge, Kualitas Produk, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian.

MOTTO SKRIPSI

**“Allah tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah
berjanji bahwa
FA INNA MA’AL USRI YUSRO”.
-Q.S Al-Insyirah 94:5-6**

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata tuhan, Prove Them Wrong”

“Gonna fight and don’t stop, until you are proud”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan. Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka, simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”.

”Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir
kedunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada
artinya”.

KATA PERSEMBAHAN



Yang utama dari segalanya

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat, hidayah, dan izin-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Tanpa pertolongan dan limpahan rahmat dari Allah SWT, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala usaha dan ilmu yang telah diperoleh selama proses ini menjadi amal jariyah dan memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca sekalian.

Ayah dan Ibu

Kepada Ayahanda Suriono, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, teladan, dan motivasi dalam setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, doa, kasih sayang, serta dukungan yang tidak pernah putus sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini. Kepada Ibu Rosnani, sosok yang telah menanamkan nilai-nilai kehidupan, keikhlasan, keteguhan, dan semangat belajar yang menjadi bekal berharga bagi penulis

Abang dan Kakak

Kepada abang-abang dan kakak tercinta, yang selalu memberikan dukungan, perhatian, semangat, serta motivasi dalam setiap proses yang penulis jalani. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan doa yang telah menjadi

penyemangat bagi penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan studi ini. Kehadiran kalian merupakan anugerah yang sangat berarti dalam perjalanan hidup penulis.

Diri Sendiri

Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan kepada diri sendiri, Adisti Larasati, sebagai bentuk apresiasi atas segala perjuangan, kesabaran, dan kerja keras selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah mampu bertahan, bangkit dari berbagai tantangan, dan terus berusaha memberikan yang terbaik dalam setiap proses yang dilalui. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik dan pengingat bahwa setiap usaha yang dilakukan dengan sungguh-sungguh akan membuahkan hasil yang bermakna.

KATA PENGANTAR



Assalamu' alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Social Media Marketing, Halal Knowledge dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Roti'O dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi**”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh ilmu seperti pada saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bimbingan, arahan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada pihak yang membantu dan menyelesaikan skripsi ini, yakni kepada:

1. Ibu prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd selaku Rektor UIN Imam Bonjol Padang beserta jajarannya.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag. beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Ibu Hesti Maria Putri, M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah.

4. Dosen Pembimbing Akademik (PA) Ibu Prof. Dr. Rozalinda, S.Ag., M.Ag yang telah memberikan ilmu, arahan selama masa perkuliahan, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing I, Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSP dan Dosen Pembimbing II, Faznil Husna S. Rasyad, MBA yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas perhatian dan kesediaan beliau dalam merespon serta memberikan saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Nora Zulfianti S.S., M.M dan Bapak Rangga Wisanggara M.M selaku penguji yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat serta mendidik penulis selama masa kuliah. Bapak/Ibu pegawai Akademik Mahasiswa (AKAMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
8. Seluruh jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 22.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Batasan Masalah.....	17
D. Tujuan Penelitian.....	18
E. Manfaat Penelitian.....	20
F. Sistematika Penulisan	21
BAB II KAJIAN TEORI	23
A. Landasan Teori.....	23
1. Konsep Keputusan Pembelian.....	23
2. Theory Planned Behavior	30
3. Konsep Social Media Marketing	31
4. Konsep Halal Knowledge	38
5. Dukungan Layanan dan Purna Jual.....	51

6. Konsep Sikap Konsumen.....	55
B. Penelitian Terdahulu.....	62
C. Hubungan Antar Variabel	68
D. Kerangka Pemikiran.....	72
E. Hipotesis Penelitian	73
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	75
A. Jenis Penelitian.....	75
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	76
C. Populasi dan Sampel.....	77
D. Sampel	78
E. Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	79
F. Data Sekunder	80
G. Instrumen Penelitian.....	80
H. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	81
I. Teknik Analisis Data	83
BAB IV ANALISIS DATA	87
A. Gambaran Umum Otlet Roti'O	87
B. Karakteristik Responden.....	88
C. Deskripsi Variabel Penelitian	92
D. Hasil Analisis Data Penelitian Uji SEM (Structural Equation Modeling).....	97
E. Hasil dan Pembahasan	113

F. Implikasi Teori dan Manajerial	126
BAB V PENUTUP.....	130
A. Kesimpulan	130
B. Keterbatasan Penelitian.....	131
C. Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	134
LAMPIRAN	144

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Konsumsi Roti di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2 Data Penjualan Produk Roti'O Berdasarkan Promosi Diskon Melalui Media Sosial (Tiktok) di Kota	6
Tabel 1. 3 Jumlah Sertifikat Halal Produk Makanan dan Minuman.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	62
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Responden.....	81
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	82
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
Tabel 4. 5 Skor Angket Variabel Social Media Marketing.....	93
Tabel 4. 6 kor Angket Variabel Halal Knowledge	94
Tabel 4. 7 Skor Angket Variabel Kualitas Produk	95
Tabel 4. 8 Skor Angket Varibel Keputusan Pembelian	95
Tabel 4. 9 Skor Angket Variabel Sikap Konsumen	96
Tabel 4. 10 Outer Loading	98
Tabel 4. 11 Nilai AVE (Average Variance Extrated	100
Tabel 4. 12 Cross Loading	101
Tabel 4. 13 Composit Reliability.....	103
Tabel 4. 14 Cronhbach's Alpha.....	104
Tabel 4. 15 R- Square.....	105
Tabel 4. 16 Q- Square.....	106
Tabel 4. 17 Path Coefesient Jalur	107
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	109
Tabel 4. 19 Uji Mediasi (Indirect Effect).....	111
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	73
Gambar 4. 1 Peta atau Lokasi Outlet Roti'O Padang	87
Gambar 4. 2 Gambaran Gerai Roti O	88
Gambar 4. 3 <i>Convergen Validity</i>	99
Gambar 4. 4 bootstrapping	Error! Bookmark not defined.