

PERAN *HALAL LABELING*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* DALAM MENINGKATKAN *SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION* JENANG MUBAROK KUDUS

TESIS

Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Manajemen (M.M)



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**

**THE ROLE OF *HALAL LABELING*, *CUSTOMER EXPERIENCE*, AND
PRODUCT KNOWLEDGE IN ENHANCING *SATISFACTION* AND
REPURCHASE INTENTION OF JENANG MUBAROK KUDUS**

THESIS

Submitted as a Requirement to Obtain the Degree of
Master of Management (M.M)



**MASTER OF MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

2025

ABSTRAK

PERAN *HALAL LABELING*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* DALAM MENINGKATKAN *SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION* JENANG MUBAROK KUDUS

Muhammad Zainut Tholibin

1708832072

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh dari *halal labeling*, *customer experience*, dan *product knowledge* terhadap *satisfaction* dan *repurchase intention* konsumen produk Jenang Mubarak Kudus. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim akan kehalalan suatu produk serta pentingnya pengalaman dan wawasan konsumen terhadap produk dalam membentuk loyalitas dan kepuasan, khususnya pada makanan tradisional yang memiliki nilai religius. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden yang merupakan konsumen Jenang Mubarak Kudus di Kabupaten Kudus menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis perangkat lunak AMOS. Hasil analisis menunjukkan bahwa *halal labeling* dan *customer experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction* maupun *repurchase intention*. Sementara itu, *product knowledge* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kedua variabel tersebut. Dalam hal ini, *satisfaction* juga berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci: kepuasan, label halal, niat beli ulang, pengalaman konsumen, pengetahuan produk

ABSTRACT

THE ROLE OF HALAL LABELING, CUSTOMER EXPERIENCE, AND PRODUCT KNOWLEDGE IN ENHANCING SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION OF JENANG MUBAROK KUDUS

Muhammad Zainut Tholibin

1708832072

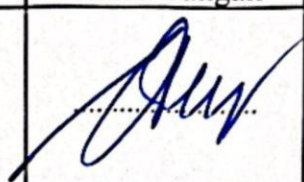
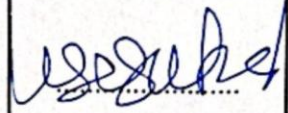
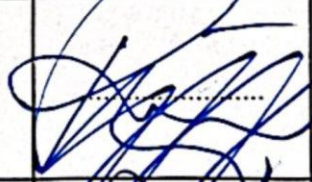
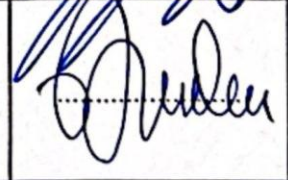
This study aims to evaluate the influence of halal labeling, customer experience, and product knowledge on customer satisfaction and repurchase intention for Jenang Mubarak Kudus products. The background of this research is based on the rising awareness among Muslim consumers regarding product halal certification, along with the importance of experience and knowledge related to products in shaping consumer satisfaction and loyalty, particularly for traditional food products with religious values. This research applies a quantitative approach using a correlation research design. Data were collected through questionnaires distributed to 200 respondents who are consumers of Jenang Mubarak Kudus in Kudus Regency, using a purposive sampling technique. The analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method with AMOS software. The results show that halal labeling and customer experience do not have a significant effect on either satisfaction or repurchase intention. In contrast, product knowledge has a significant influence on both variables. In addition, satisfaction plays a significant role as a mediating variable in the relationship with repurchase intention.

Keywords: customer experience, halal labeling, product knowledge, repurchase intention, satisfaction

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM
NIP 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman M.Bus NIP 197401152008011008 (Ketua Sidang)		30/07/2025
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30/07/2025
3	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. NIP 197206171999031001 (Pembimbing 2)		30/07/2025
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM NIP 197206272006041001 (Penguji 1)		30/07/2025
5	Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M. NIP 197811272006041001 (Penguji 2)		30/07/2025
Nama : Muhammad Zainut Tholibin No. Registrasi : 1708823072 Program Studi : Magister Manajemen Tanggal Lulus : 17 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

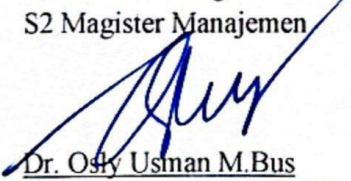
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Lengkap : Muhammad Zainut Tholibin
No.Reg : 1708823072
Jurusan : Magister Manajemen
Similarity Score (Turnitin) : 6%
Judul Tesis : Peran Halal Labeling, Consumer Experience dan Product Knowledge dalam Meningkatkan Satisfaction dan Repurchase Intention Jenang Mubarak Kudus

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
S2 Magister Manajemen


Dr. Oshy Usman M. Bus
NIP. 197401152008011008

Jakarta, 29 Juli 2025

siswa,




Muhammad Zainut Tholibin
NIM. 1708823072

Catatan :
Lampirkan hasil turnitin



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta
13220 Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

Judul Tesis	: Peran Halal Labeling, Consumer Experience dan Product Knowledge dalam Meningkatkan Satisfaction dan Repurchase Intention Jenang Mubarak Kudus
Metode Penelitian	: Kuantitatif
Nama Lengkap	: Muhammad Zainut Tholibin
NIM	: 1708823072
Program Studi	: Magister Manajemen

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2025

ing Membuat Pernyataan



Muhammad Zainut Tholibin
NIM. 1708823072



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Zainut Tholibin
NIM : 1708823072
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Magister Manajemen
Alamat email : Zainut80@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Skripsi ☒ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

Yang berjudul :

Peran Halal Labeling, Consumer Experience dan Product Knowledge dalam Meningkatkan Satisfaction dan Repurchase Intention Jenang Mubarak Kudus

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Penulis

Muhammad Zainut Tholibin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul "*Peran Halal Labeling, Customer Experience, dan Product Knowledge dalam Meningkatkan Satisfaction dan Repurchase Intention Jenang Mubarak Kudus*" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, yang dengan hormat dan tulus penulis sampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Usep Suhud, Ph.D dan Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si, yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berarti dalam proses penyusunan tesis ini.
2. Keluarga tercinta, khususnya orang tua, yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi dalam setiap langkah penulis.
3. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Magister Manajemen UNJ dan teman-teman beasiswa santri berprestasi, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik dan berbagi semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran di Indonesia.

Hormat saya,

Muhammad Zainut Tholibin

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Pendukung	10
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	10
2.1.2 <i>Halal Labeling</i>	12
2.1.3 <i>Customer Experience</i>	15
2.1.4 <i>Product Knowledge</i>	17
2.1.5 <i>Satisfaction</i>	18
2.2 Hubungan Logis Variabel dan Hubungan Hipotesisnya	21
2.2.1 Pengaruh <i>Halal Labeling</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	21
2.2.2 Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	22
2.2.3 Hubungan <i>Product Knowledge</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	22
2.2.4 Hubungan <i>Halal Labeling</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	23
2.2.5 Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	24
2.2.6 Hubungan <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	25
2.2.7 Hubungan <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26

2.3 Kerangka Teori.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	30
3.2 Desain Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel	30
3.4 Pengembangan Instrumen	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.6.3 Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	37
3.6.4 Uji Hipotesis SEM.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Profil Responden	38
4.2 Statistik Deskriptif.....	40
4.2.1 <i>Halal Labeling</i>	40
4.2.2 <i>Customer Experience</i>	44
4.2.3 <i>Product Knowledge</i>	47
4.2.4 <i>Satisfaction</i>	51
4.2.5 <i>Repurchase Intention</i>	54
4.3 Uji Kualitas Instrumen	58
4.4 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	62
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
4.6 Pembahasan	65
4.6.1 Pengaruh <i>Halal Labeling</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (H1)	65
4.6.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (H2) .	66
4.6.3 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (H3)....	67
4.6.4 Pengaruh <i>Halal Labeling</i> terhadap <i>Satisfaction</i> (H4).....	68
4.6.5 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Satisfaction</i> (H5).....	69

4.6.6 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Satisfaction</i> (H6)	69
4.6.7 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (H7).....	70
BAB V PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan.....	72
6.2 Implikasi.....	72
6.3 Keterbatasan Penelitian	74
6.4 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	32
Tabel 4.1. Profil Responden.....	39
Tabel 4.2. Tanggapan responden pada <i>halal labeling</i>	40
Tabel 4.3. Distribusi Skor Indikator <i>Halal Labeling</i> berdasarkan Karakteristik Responden	42
Tabel 4.4. Tanggapan responden pada <i>customer experience</i>	44
Tabel 4.5. Distribusi Skor Indikator <i>Customer Experience</i> berdasarkan Karakteristik.....	46
Tabel 4.6. Tanggapan responden pada <i>product knowledge</i>	47
Tabel 4.7. Distribusi Skor Indikator <i>Product Knowledge</i> Berdasarkan Karakteristik	49
Tabel 4.8. Tanggapan responden pada <i>satisfaction</i>	51
Tabel 4.9. Distribusi Skor Indikator <i>Satisfaction</i> Berdasarkan Karakteristik Responden	53
Tabel 4.10. Tanggapan responden pada <i>repurchase intention</i>	55
Tabel 4.11. Distribusi Skor Indikator <i>Repurchase Intention</i> Berdasarkan Karakteristik.....	57
Tabel 4.12. Nilai Loading Factor, AVE, CR, dan Cronbach's Alpha pada Setiap Konstruk.....	59
Tabel 4.13. Hasil Goodness of Fit	63
Tabel 4.14 Hasil uji hipotesis.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Jenang Mubarak Kudus	5
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	28
Gambar 4.1 Uji model fit	63

