



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN *HUMANITARIAN*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BRAND LOKAL HALAL PASCA BOIKOT
(STUDI PADA KONSUMEN MUSLIM GEN Z DI
JABODETABEK)**



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun oleh:

Dilla Nurul Khafidah/2104411071

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

SKIPSI TERAPAN

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN *HUMANITARIAN*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BRAND LOKAL HALAL PASCA BOIKOT
(STUDI PADA KONSUMEN MUSLIM GEN Z DI
JABODETABEK)**

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari Politeknik
Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Dilla Nurul Khafidah/2104411071

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dilla Nurul Khafidah
NIM : 2104411071
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 03 Juli 2025



Dilla Nurul Khafidah

NIM.2104411071



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dilla Nurul Khafidah
NIM : 2104411071
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas dan *Humanitarian Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Halal Pasca Boikot (Studi pada Konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan S.Tr. M. pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Nurul Hasanah, S. ST., M.Si (.....)

Anggota Penguji : Ach. Bakhrul Muchtasib, SEI., M.Si (.....)

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 28/07/2025

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.
NIP. 197009131999031002



Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas anugerah dan karunia-Nya, serta Shalawat dan salam dihaturkan kepada junjungan kita, Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabatnya. Berkat rahmat dan bimbingan-Nya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan *Humanitarian Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Halal Pasca Boikot (Studi pada Konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek)” dengan tepat waktu serta menghasilkan temuan yang diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa/i untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu berkat bimbingan, saran, kritik, serta motivasi yang diterima. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Alm. H. Johari, Ayahanda tercinta yang telah berpulang, kenangan indah dan doa beliau menjadi sumber semangat Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada Mardalela, Ibunda Penulis, terima kasih atas segala kasih sayang, perhatian, dan doa yang senantiasa menguatkan Penulis di setiap langkah.
2. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M, Direktur Politeknik Negeri Jakarta (PNJ), yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta fasilitas selama Penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Jakarta (PNJ), yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si., Ketua Jurusan Akuntansi, yang telah memberikan arahan dan kebijakan yang membantu dalam kelancaran proses perkuliahan selama masa studi hingga penyusunan skripsi ini.
4. Nurul Hasanah, S. ST., M.Si, Kepala Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah dan Dosen Penguji Penulis, yang telah memberikan arahan, kontribusi, dan evaluasi membantu Penulis selama penyusunan skripsi ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5. Ach. Bakhrul Muchtasib, SEI., M.Si, Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan saran, kritik, bimbingan dan evaluasi berharga yang tidak hanya membantu dalam penyusunan skripsi ini, tetapi juga memperkaya pemahaman Penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik, Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran berharga selama masa studi Penulis di Politeknik Negeri Jakarta, baik secara akademis maupun pribadi.
7. Keluarga Besar, yang telah memberikan kata penyemangat dan perhatian tanpa henti sepanjang perjalanan studi Penulis. Terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang selalu hadir, menemani setiap langkah Penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Angkatan 2021, yang telah memberikan informasi, dukungan, dan motivasi selama proses bimbingan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan kenangan berharga yang telah kita lalui bersama.
9. Seluruh Responden Penelitian, yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga, yang sangat mendukung kelancaran serta keberhasilan penelitian Penulis. Terima kasih atas kesediaan yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dari setiap pihak yang telah memberikan dukungan kepada Penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Penulis, para pembaca, serta semua pihak yang membutuhkan.

Depok, 03 Juli 2025

Dilla Nurul Khafidah

NIM. 2104411071



Dilla Nurul Khafidah
Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh Religiusitas dan *Humanitarian Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Halal Pasca Boikot (Studi Pada Konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh konflik Israel–Palestina pasca Oktober 2023 yang memicu gerakan boikot brand global terafiliasi Israel, yang turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek untuk beralih ke brand lokal halal. Tujuan penelitian ini adalah mengukur dan menganalisis pengaruh religiusitas dan *humanitarian awareness* terhadap keputusan pembelian brand lokal halal, dengan responden Muslim Gen Z di Jabodetabek yang pernah atau aktif mengikuti aksi boikot. Penelitian menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan model *sequential exploratory*, melalui wawancara semi-terstruktur dan kuesioner sebanyak 120 responden, serta dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa religiusitas dan *humanitarian awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand lokal halal. Dengan demikian, keputusan pembelian brand lokal halal pasca-boikot secara signifikan dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut.

Kata kunci: Religiusitas, *Humanitarian Awareness*, Keputusan Pembelian, Brand Lokal Halal, Gen Z, Jabodetabek

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Dilla Nurul Khafidah

Shariah Finance and Banking Study Program

The Influence of Religiosity and Humanitarian Awareness on Purchasing Decisions for Local Halal Brands After the Boycott (Study on Generation Z Muslim Consumers in Jabodetabek)

ABSTRACT

This research is motivated by the Israeli-Palestinian conflict after October 2023 which triggered a boycott movement of global brands affiliated with Israel, which also influenced the purchasing decisions of Gen Z Muslim consumers in Jabodetabek to switch to local halal brands. The purpose of this study is to measure and analyze the effect of religiosity and humanitarian awareness on purchasing decisions for local halal brands, with Gen Z Muslim respondents in Jabodetabek who have ever or actively participated in boycotts. The research used a mixed methods approach with a sequential exploratory model, through semi-structured interviews and questionnaires with 120 respondents, and analyzed using multiple linear regression. The results show that religiosity and humanitarian awareness have a positive and significant effect on purchasing decisions for local halal brands. Thus, the post-boycott halal local brand purchasing decision is significantly influenced by both variables.

Keywords: Religiosity, Humanitarian Awareness, Purchasing Decisions, Local Halal Brands, Generation Z, Jabodetabek

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Religiusitas	10
2.1.2. <i>Humanitarian Awareness</i>	12
2.1.3. Keputusan Pembelian	14
2.1.4. Boikot	15
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Kerangka Pemikiran	20
2.4. Pengembangan Hipotesis	22



Hak Cipta :

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

BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Objek Penelitian	25
3.3. Metode Pengambilan Sampel	26
3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
3.5. Metode Pengumpulan Data Penelitian	29
3.5.1. Metode Pengumpulan Data Kualitatif	29
3.5.2. Metode Pengumpulan Data Kuantitatif	30
3.6. Metode Analisis Data	34
3.6.1. Analisis Data Kualitatif	34
3.6.2. Analisis Data Kuantitatif	36
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian Kualitatif	41
4.1.1. Karakteristik Informan Penelitian	41
4.1.2. Analisis Tematik	42
4.1.3. Identifikasi Tema-Tema yang Berulang	45
4.2. Hasil Penelitian Kuantitatif	47
4.2.1. Gambaran Umum Responden	47
4.2.2. Statistik Deskriptif	51
4.2.3. Hasil Uji Instrumen	55
4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.2.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
4.2.6. Hasil Uji Hipotesis	63
4.3. Pembahasan Kualitatif	65
4.4. Pembahasan Kuantitatif	70
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
5.1. Simpulan.....	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	83



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kriteria Responden Penelitian.....	27
Tabel 3.2. Data Skor Penilaian Skala Likert	30
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.4. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.5. Demografi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.6. Demografi Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 4.7. Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.8. Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.9. Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Religiusitas (X_1)	51
Tabel 4.10. Frekuensi Tanggapan Responden Variabel.....	52
Tabel 4.11. Frekuensi Tanggapan Responden Variabel.....	53
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.14. Hasil Analisis Deskriptif	57
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.16. Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.17. Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser.....	61
Tabel 4.18. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.19. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4.20. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	64
Tabel 4.21. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.2. Langkah Mixed Methods Model.....	28
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	59
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	61





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Skripsi.....	83
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Semi-Terstruktur.....	85
Lampiran 3 Ringkasan Informan Wawancara.....	86
Lampiran 4 Indikator Pertanyaan Wawancara.....	87
Lampiran 5 Transkrip Wawancara.....	89
Lampiran 6 Pengkodean dan Tema Wawancara.....	108
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara.....	109
Lampiran 8 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 9 Pernyataan Kuesioner.....	113
Lampiran 10 Data Penelitian.....	116
Lampiran 11 r tabel.....	117
Lampiran 12 t tabel.....	118
Lampiran 13 F tabel.....	119
Lampiran 14 Hasil Uji.....	120

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Konflik antara Israel dan Palestina merupakan isu berkepanjangan yang telah berlangsung sejak abad ke-19 (Delia, 2024). Perang kembali pecah pada 7 Oktober 2023 dan hingga kini telah menewaskan 19.453 warga sipil di Gaza, termasuk perempuan dan anak-anak (Sorongan, 2025). Human Rights Watch (2023) menyatakan bahwa serangan tanpa diskriminasi terhadap warga sipil merupakan pelanggaran hukum *humaniter* Internasional dan harus dihentikan. Sementara, laporan PBB (2023) menyebut kerusakan parah infrastruktur penting di Gaza, seperti rumah sakit, sekolah dan fasilitas air bersih memperburuk krisis kemanusiaan (Whitt, Wilson, & Mironova, 2021).

Konflik yang berlangsung antara Israel dan Palestina di Jalur Gaza sejak Oktober 2023 hingga saat ini telah menarik perhatian dunia (Dewantara, Sulistyarini, Afandi, Warneri, & Efiani, 2023). Kerusakan parah dan banyaknya korban sipil akibat perang ini menimbulkan kekhawatiran dunia atas pelanggaran hak asasi manusia (Islamiati & Rijal, 2022). Masyarakat Indonesia telah menunjukkan solidaritas melalui aksi kemanusiaan seperti boikot brand pro-Israel, penyebaran informasi, pemberian bantuan, hingga keterlibatan sebagai relawan kemanusiaan di Gaza (Alfina & Tresnawaty, 2024).

Sebagai bentuk dukungan, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan Fatwa Nomor 83 Tahun 2023 yang menyerukan umat Islam untuk tidak membeli brand yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung agresi langsung (Al Munawar, Azmi, & Rohmanan, 2024). Meskipun demikian, Fatwa DSN MUI Nomor 83 Tahun 2023 tidak secara rinci mencantumkan daftar brand yang harus diboikot (Riyanti & Nisa, 2023). Namun, masyarakat sudah cukup mengenal sejumlah brand global yang terafiliasi dengan Israel dan secara aktif memboikot brand seperti Starbucks, Unilever, Danone, McDonald's, Zara, Nestlé, Coca-Cola, Burger King, Kraft Heinz, dan Mondelez Internasional (Sormin & Malik, 2024).



Hak Cipta :

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

Boikot ini dilakukan dengan tidak membeli atau menggunakan brand terkait Israel sebagai bentuk penolakan atas tindakan Israel dan pelanggaran kemanusiaan (Jaelani & Nursyifa, 2024). Gerakan boikot terhadap brand global yang terafiliasi dengan Israel berdampak pada keputusan pembelian konsumen Muslim yang kini mulai memilih brand lokal halal sebagai alternatif (Kurniawan, Juhari, Zufriady, & Holanda, 2024). Fenomena ini tidak hanya memberi kesempatan bagi brand lokal halal untuk berkembang, tetapi juga berdampak pada ekonomi perusahaan internasional pro-Israel dengan penurunan drastis sahamnya (Jaelani & Nursyifa, 2024).

Survei Kurious–Katadata Insight Center (KIC, 2025) menemukan bahwa 36% konsumen aktif melakukan boikot, sementara 47% mendukung tanpa terlibat langsung. Faktor utama pendorong boikot adalah dukungan terhadap Palestina (64,7%), penolakan terhadap kekerasan Israel (61,8%), dan kesadaran kemanusiaan (58%) (Muhamad, 2023). Konsumen kini tidak hanya membeli brand, tetapi juga mendukung keadilan dan kemanusiaan dengan menyebarkan daftar brand terafiliasi Israel lewat tagar #boikotisrael dan #boycott4palestina di media sosial (Kurniawan, Juhari, Zufriady, & Holanda, 2024). Gerakan ini mengajak konsumen berhenti membeli dan memberi tekanan sosial pada individu yang tetap memilih brand global terboikot (Jaya, Romadhoni, & Muchran, 2025).

Di tengah gelombang boikot ini, tingkat religiusitas masyarakat Indonesia juga meningkat. Data Indeks Religiusitas 2024 menunjukkan angka 70,91, yang termasuk dalam kategori tinggi (Kementerian Agama RI, 2025). Survei Lembaga Survei Indonesia (LSI) oleh Pratiwi (2025) menguatkan bahwa 81,7% masyarakat mempertimbangkan nilai agama dalam keputusan penting. Selain itu, empati dan kepedulian sosial terhadap Palestina turut meningkat, di mana 53% masyarakat berdonasi dan 80% menyatakan menolak tindakan Israel (Afiah, 2024).

Berdasarkan hasil survei dalam forum *Indonesia Muslim Market Outlook 2025* (IMMO2025) oleh Inventure, menunjukkan bahwa 89% responden beralih ke brand lokal Islami sebagai pengganti brand global yang



Hak Cipta :

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

diboikot (Muslim Outlook, 2025). Kondisi ini memberi peluang bagi brand lokal halal untuk memperkuat posisinya di pasar domestik, di mana konsumen Muslim kini juga memperhatikan kualitas, inovasi, dan pelayanan yang setara dengan brand internasional (Muslim Outlook, 2025). Berbagai sektor industri halal, seperti kosmetik dan makanan, terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan tersebut dengan mengintegrasikan teknologi canggih dalam pengembangan brandnya (Muslim Outlook, 2025).

Lain halnya dengan hasil survei Jakpat menunjukkan, bahwa Gen Z lebih peduli terhadap boikot brand pro-Israel, dengan 82% responden menunjukkan kepedulian, dan 73% aktif melakukan boikot, lebih tinggi dibandingkan milenial (77% peduli, 61% aktif) dan Gen X (69% peduli, 54% aktif) (Annur, 2024). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa media sosial menjadi faktor utama yang mendorong keputusan boikot, terutama di kalangan Gen Z yang merupakan generasi memiliki sikap kritis sehingga lebih selektif dalam memilih brand (Qotrunnada, 2024).

Namun, di sisi lain, dominasi brand global masih kuat. Menurut data dari Kompas.co.id, penjualan brand lokal halal seperti Gery, Roma, dan Khong Guan meningkat sebesar 13%, sementara satu brand yang terboikot tetap mengalami kenaikan penjualan sebesar 2% (Andini, 2024). Meski kampanye boikot berlangsung masif, beberapa brand global tetap bertahan yang menandakan loyalitas konsumen dan dominasi brand global belum tergantikan (Hisan, Gusnadi, Akmal, Aurelia, & Maesaroh, 2024).

Indonesia mencatat pertumbuhan industri halal rata-rata 8% per tahun, terutama didorong oleh sektor makanan dan kosmetik (Portal Performa Indonesia, 2024). Boikot terhadap brand global mendorong pertumbuhan brand lokal halal, karena konsumen kini lebih selektif memilih brand yang sejalan dengan nilai religiusitas dan *humanitarian awareness* (Kurniawan, Juhari, Zufriady, & Holanda, 2024). Namun, brand lokal halal harus terus berinovasi, menjaga kualitas, dan membangun loyalitas emosional dengan konsumen, karena identitas Islami saja tidak cukup untuk bertahan setelah tren boikot mereda (Kurniawan, Juhari, Zufriady, & Holanda, 2024).



Hak Cipta :

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

Perubahan ini tidak hanya berdampak pada industri, tetapi juga membentuk preferensi konsumen di kalangan Muslim Gen Z yang memiliki karakteristik khas. Penelitian Muflihah & Purwanto (2024) menunjukkan bahwa kelompok ini sangat aktif dalam mendukung isu sosial melalui media digital dan lebih memilih untuk mendukung brand lokal halal. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan antara religiusitas dan keputusan pembelian. Desmayonda & Trenggana (2019) menyatakan bahwa label halal berpengaruh terhadap religiusitas, namun tidak terhadap keputusan pembelian secara langsung.

Salsabila (2023) menemukan bahwa kesadaran halal dan religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, meskipun belum secara spesifik mengkaji Gen Z. Sementara itu, Rosyada (2022) menekankan pentingnya *brand awareness*, namun belum mempertimbangkan dimensi religiusitas dan *humanitarian awareness* secara bersama. Penelitian lain seperti oleh Iqbal & Kusumawardhani (2023) dan Ibnunas & Harjawati (2021) juga belum menjadikan *humanitarian awareness* sebagai faktor utama dalam menjelaskan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dijawab, yaitu belum adanya kajian komprehensif hubungan variabel religiusitas dan *humanitarian awareness* dalam keputusan pembelian brand lokal halal pasca-boikot. Terlebih, belum banyak penelitian yang menggunakan pendekatan *Mixed Methods* dan analisis interaksi dua variabel independen menggunakan Regresi Linear Berganda, sehingga menjadikan pendekatan ini sebagai kontribusi metodologis yang relevan.

Studi ini menggunakan pendekatan *Mixed Methods*, pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur untuk menggali motivasi dan alasan individu beralih ke brand lokal halal. Sementara itu, pendekatan kuantitatif menggunakan data kuesioner responden yang dianalisis dengan regresi linear berganda.



Hak Cipta :

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

Metode ini digunakan, apakah ada pengaruh hubungan dua variabel independen terhadap keputusan pembelian serta menilai secara simultan apakah religiusitas dan *humanitarian awareness* memperkuat atau mengurangi pengaruh keputusan pembelian.

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh Religiusitas dan *Humanitarian Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Halal Pasca Boikot (Studi pada Konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek)**”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman apakah religiusitas dan *humanitarian awareness* memengaruhi keputusan pembelian brand lokal halal pasca-boikot, khususnya pada konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek. Temuan ini diharapkan menjadi dasar bagi brand lokal halal dalam menyusun strategi yang relevan dan mendorong pertumbuhan industri halal yang kompetitif serta berlandaskan nilai moral dan kemanusiaan.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Konflik kemanusiaan Israel–Palestina yang kembali memuncak sejak Oktober 2023 telah memicu gelombang boikot brand berafiliasi dengan Israel di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Di tingkat nasional, dukungan Majelis Ulama Indonesia dalam Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 semakin melegitimasi aksi boikot tersebut sebagai wujud solidaritas umat Islam kepada rakyat Palestina (Al Munawar, Azmi , & Rohmanan, 2024). Kondisi ini membuka peluang bagi brand lokal halal untuk tumbuh, karena konsumen Muslim Gen Z semakin memprioritaskan keselarasan antara pilihan brand dan nilai religius serta kemanusiaannya.

Meskipun demikian, beberapa brand global justru masih mencatat pertumbuhan penjualan meski mendapat tekanan boikot, yang menunjukkan bahwa faktor seperti loyalitas brand, persepsi kualitas, dan jangkauan distribusi tetap menjadi penentu penting dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini akan apakah serta sejauh mana religiusitas dan *humanitarian awareness* memengaruhi keputusan pembelian brand lokal halal di kalangan Muslim Gen Z pasca-boikot, sekaligus mengidentifikasi hambatan yang dihadapi brand lokal halal dalam dominasi brand global. Fenomena-fenomena



Hak Cipta :

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

tersebut menimbulkan urgensi untuk melakukan eksplorasi dan penelitian lebih mendalam sebagai pijakan strategis dalam memperkuat posisi brand lokal halal, agar tidak hanya kompetitif secara kualitas, tetapi juga relevan secara nilai dan kesadaran sosial.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Dengan mempertimbangkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, pertanyaan penelitian yang dapat diajukan sebagai berikut:

- a. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim Gen Z pasca boikot?
- b. Apakah *humanitarian awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim Gen Z pasca boikot?
- c. Apakah religiusitas dan *humanitarian awareness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim Gen Z pasca boikot?

1.4. Tujuan Penelitian

Merujuk pada pertanyaan penelitian di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian brand lokal halal pasca boikot.
- b. Menganalisis pengaruh *humanitarian awareness* terhadap keputusan pembelian brand lokal halal pasca boikot.
- c. Menganalisis pengaruh religiusitas dan *humanitarian awareness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian brand lokal halal pasca boikot.



Hak Cipta :

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

1.5. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami pengaruh religiusitas dan *humanitarian awareness* terhadap keputusan pembelian brand lokal halal pasca boikot. Dengan pendekatan *Mixed Methods*, penelitian ini menggali secara mendalam bagaimana kedua faktor tersebut berinteraksi dalam membentuk preferensi dan perilaku konsumen Muslim Gen Z. Hasil penelitian ini dapat memperkaya wawasan akademik terkait dinamika konsumsi halal di era digital, terutama dalam konteks perubahan preferensi akibat kesadaran sosial dan nilai-nilai keagamaan.

2. Aspek Praktis

Dari aspek praktis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi pelaku usaha brand lokal halal, pemasar, dan pemangku kepentingan lainnya dalam memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim Gen Z pasca boikot. Dengan memahami peran religiusitas dan *humanitarian awareness*, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan nilai-nilai yang dianut konsumen. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan bagi pengembangan brand yang lebih relevan dengan kebutuhan dan preferensi pasar, serta membantu brand lokal halal dalam membangun loyalitas konsumen dan daya saing terhadap brand global.

1.6. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan proposal skripsi ini disusun mengikuti pedoman teknik penulisan laporan tugas akhir dan skripsi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Secara terstruktur, skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan konflik Israel-Palestina berdampak pada keputusan konsumen ke brand lokal halal di kalangan Muslim Gen Z di Jabodetabek. Dan



Hak Cipta :

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

juga rumusan masalah dirumuskan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pasca boikot. Selanjutnya, dijelaskan tujuan penelitian yang berfokus pada analisis perubahan preferensi dan motivasi di balik peralihan konsumsi. Terakhir, bab ini juga mencakup manfaat penelitian, baik secara teoritis maupun praktis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas konsep religiusitas dan *humanitarian awareness* dalam konteks keputusan pembelian, termasuk definisi, dimensi, dan relevansinya dalam penelitian ini. Bab ini juga menyajikan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, mengidentifikasi temuan serta kesenjangan yang ada, untuk menunjukkan urgensi penelitian ini. Kerangka pemikiran disajikan dalam bentuk bagan untuk memberikan gambaran hubungan antara variabel yang diteliti, yaitu pengaruh religiusitas dan *humanitarian awareness* terhadap keputusan pembelian brand lokal halal. Selain itu, hipotesis penelitian dirumuskan berdasarkan teori dan temuan penelitian sebelumnya untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut secara empiris.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, yaitu *mixed methods* dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif menggunakan alat uji Regresi Linear Berganda untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan *humanitarian awareness* terhadap keputusan pembelian brand lokal halal. Sementara itu, pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur untuk menggali motivasi dan alasan individu beralih ke brand lokal halal. Pemilihan sampel dilakukan dengan *non-probability sampling*, dan analisis data kualitatif menggunakan pendekatan tematik.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan utama dari data yang telah dikumpulkan, dengan menyertakan kutipan dari wawancara yang relevan untuk mendukung hasil. Analisis temuan dilakukan dengan membandingkan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, serta menjelaskan implikasi dari



Hak Cipta :

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

temuan tersebut. Mengidentifikasi dan mendiskusikan faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumsi, seperti religiusitas, *humanitarian awareness*, dan pengaruh media sosial. Menyertakan juga contoh spesifik atau studi kasus dari responden yang menunjukkan perubahan perilaku yang signifikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dengan menjawab rumusan masalah yang telah diajukan di Bab I. Selain itu, disampaikan rekomendasi bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan brand halal yang lebih sesuai dengan nilai-nilai konsumen Muslim Gen Z. Saran untuk penelitian selanjutnya juga diberikan guna memperdalam kajian mengenai keputusan pembelian konsumen dalam konteks sosial yang lebih luas.

Sistematika ini diharapkan dapat menjadi acuan yang sistematis dalam penyusunan skripsi, sehingga penelitian tersaji secara runtut, logis, dan mudah dipahami. Serta memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen ke brand lokal halal di kalangan Muslim Gen Z.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas dalam kajian mengenai “Pengaruh Religiusitas dan Humanitarian Awareness terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Halal Pasca Boikot (Studi pada Konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek)”, seluruh rumusan masalah dan tujuan penelitian terbukti telah terjawab secara menyeluruh melalui proses analisis *mixed methods* penelitian ini maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian brand lokal halal pasca boikot oleh konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek. Konsistensi pelaksanaan ibadah, keyakinan terhadap ajaran Islam, dan kebiasaan memeriksa kehalalan brand tidak sekadar menjadi atribut identitas, melainkan benar-benar memotivasi konsumen untuk meninggalkan brand yang dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai keislaman.
2. *Humanitarian awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian brand lokal halal pasca boikot oleh konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek. Rasa empati terhadap isu-isu kemanusiaan, terutama yang berkaitan dengan konflik Palestina dan tanggung jawab moral atas pilihan konsumsi, mendorong konsumen Muslim Gen Z untuk mendukung brand yang memiliki komitmen terhadap nilai-nilai sosial dan keadilan global.
3. Religiusitas dan *humanitarian awareness* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian brand lokal halal pasca boikot. Konsumen Gen Z Muslim menjadikan tindakan membeli brand lokal halal sebagai bentuk nyata dari penerapan nilai agama sekaligus solidaritas kemanusiaan. Dengan demikian, muncul sinergi yang kuat dalam membentuk pola konsumsi yang tidak hanya mencerminkan identitas spiritual, tetapi juga kesadaran sosial yang mendalam.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5.2. Saran

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan penelitian di atas, berikut beberapa rekomendasi saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Temuan penelitian mengungkap bahwa Muslim Gen Z tak hanya mengedepankan alasan rasional saat memilih brand lokal halal, tetapi juga dipengaruhi oleh religiusitas dan *humanitarian awareness*. Oleh sebab itu, konsumen disarankan rutin memastikan kehalalan produk sebelum membeli dan penting pula memprioritaskan informasi dari sumber terpercaya.
2. Perusahaan brand lokal halal disarankan untuk menonjolkan nilai-nilai religius dan kepedulian sosial dalam strategi pemasarannya. Selain menjamin kehalalan produk, penting bagi perusahaan untuk menunjukkan komitmen terhadap isu kemanusiaan melalui aksi nyata seperti program sosial atau kampanye solidaritas. Strategi ini akan memperkuat loyalitas konsumen Muslim Gen Z yang sensitif terhadap nilai agama dan keadilan sosial.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas wilayah di luar Jabodetabek dan menambahkan variabel lain seperti literasi syariah, pengaruh media sosial, dan persepsi terhadap brand lokal. Pendekatan longitudinal atau komparatif juga dapat diterapkan agar hasil lebih mendalam. Menggali perspektif pelaku usaha juga penting untuk melihat kesesuaian antara perilaku konsumen dan strategi bisnis yang dijalankan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, . . . Sari, M. E. (2022). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Afiah, N. (2024). Transformasi Respons Keberagaman Masyarakat Indonesia. *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan*, 161-180.
- Al Munawar, F. A., Azmi, M., & Rohmanan, M. (2024). Diskursus Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 Tentang Dukungan Terhadap Palestina dan Seruan Boikot Produk Pro-Israel. *Jurnal Bimas Islam*, 2657-1188.
- Alfina, S., & Tresnawaty, Y. (2024). Pengaruh Religiositas terhadap Motivasi Boikot Produk. *Junal Satwitika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 439-447.
- Andini, N. S. (2024, 07 08). *Brand Terboikot Kategori F&B Alami Penurunan Penjualan 53% di E-commerce*. Diambil kembali dari Kompas Enabling Success: <https://kompas.co.id/article/market-insight-efek-boikot-pasar-fb-alami-penurunan-penjualan/>
- Annur, C. M. (2024, 03 09). *Gen Z Terdepan dalam Aksi Boikot Produk Pro Israel*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/35c6d47c3928622/gen-z-terdepan-dalam-aksi-boikot-produk-pro-israel>
- Azzahra, N. (2025, 05 20). Wawancara Indikator Religiusitas. (D. N. Khafidah, Pewawancara)
- Bartels, J., & Hoogendam, K. (2011). The role of social identity and attitudes toward sustainability brands in buying behavior for organic and fair trade products. *Journal of Brand Management*, 697-708.
- Berndt, A. E. (2020). Sampling Methods. *Journal of Human Lactation*, 224–226.
- Blanchet, K., Najem, M., Shadid, L., Fehmi, R. A., Al Hammouri, F., Saed, G., . . . Lattouf, O. (2024). Rebuilding the health sector in Gaza: Alternative humanitarian voices. *Conflict and Health*.
- Bray, J., Johns, N., & Kilburn, D. (2011). An Exploratory Study into the Factors Impeding Ethical Consumption. *Journal of Business Ethics*, 597–608.
- Delia, A. (2024). Peran Muslim Dalam Konflik Geopolitik: Analisis Perang Israel-Palestina. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 153.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. M. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening di Mujigae Restoran Bandung. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 180-196.
- Dewantara, J. A., Sulistyarini, Afandi, Warneri, & Efiani. (2023). Pelanggaran HAM Dalam Konflik Israel dan Palestina Berdampak Terhadap Hilangnya

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

- Hak Asasi Manusia Khususnya Hak Anak diPalestina. *Jurnal Kewarganegaraan*, 19–25.
- El-Menouar, Y. (2014). The Five Dimensions of Muslim Religiosity. Results of an Empirical Study. . *Methods, Data, Analyses*, 53–78.
- Ernawati. (2025). Generation Z's Response to Humanitarian Issues in Gaza, Palestine. *Journal of Modern Islamic Studies and Civilization*, 51-58.
- Faizin, N., Azizah, S. N., Setyan, L. G., & Haryadhi, L. L. (2024). Pemboikotan Produk Israel dalam Pandangan Hukum Islam. In *SEMINAR Pendidikan Agama Islam*, 73-84.
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Economic Education Analysis Journal*, 473-486.
- Fauzia, D. R., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikat Halal, Bahan Produk Terdapat Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37–46.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). Religion and Society in Tension. *Chicago: Rand McNally and Company*, 173–175.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Handayani, M. (2024). Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel Terhadap Perdagangan Saham di Indonesia . *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang* , 107.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utama, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., . . . Auliya, N. N. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Perpustakaan Ilmu.
- Harsojuwono, B. A., & Arnata, I. W. (2020). *Statistika penelitian (Rahardian Tegar Kusuma, Ed.; Edisi pertama)*. Madani Media.
- Helmi, H., Fahrika, A. I., & Fitriani, F. (2025). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan melalui Religiusitas pada Konsumen Muslim. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2814–2827.
- Hilhorst, D. (2018). Classical humanitarianism and resilience humanitarianism: Making sense of two brands of humanitarian action. *Journal of International Humanitarian Action*.
- Hisan, K., Gusnadi, A., Akmal, F., Aurelia, A. N., & Maesaroh, S. S. (2024). Dampak Gerakan Boikot Pada Produk McDonald's Indonesia Melalui Analisis Citra Merek, Loyalitas Konsumen, dan Minat Beli. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 19150-19163.
- Human Rights Watch*. (2023, 10 10). Diambil kembali dari Israel/Palestina: Korban Warga Sipil Berjatuh Akibat Kedua Belah Pihak Melanggar Kewajiban Hukum: <https://www.hrw.org/id/news/2023/10/09/israel/palestine-devastating-civilian-toll-parties-flout-legal-obligations>



Hak Cipta :

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

- Ibnunas, B. G., & Harjawati, T. (2021). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 117-125.
- Iqbal, M., & Kusumawardhani, M. D. (2023). Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 23-24.
- Islamiati, W., & Rijal, S. (2022). Memahami Konflik Palestina-Israel dalam Bingkai Berita NU Online. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 1–18.
- Jaelani, A., & Nursyifa, Y. (2024). Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel. *Karimah Tauhid*, 2312-2327.
- Jaya, A. D., Romadhoni, B., & Muchran, M. (2025). Boycott Calls, Brand Image on Loyalty and Purchasing Decisions of Israel-Affiliated Products. *International Journal of Education, Management, and Technology*, 153-165.
- Kementerian Agama RI. (2025, 04 16). *Indeks Religiusitas 2024*. Diambil kembali dari PIJAKAN: Pusat Informasi Kebijakan Kementerian Agama RI: <https://pijakan.balitbangdiklat.net/publikasi/indeks-religiusitas-2024>
- Khairunnisa, M. (2025, 05 20). Wawancara . (D. N. Khafidah, Pewawancara)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristiantoro, S. (2021). Komodifikasi Agama dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan. *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 16-30.
- Kurniawan, R. S., Juhari, Zufriady, & Holanda, S. (2024). Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal . *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 306–329.
- M, N., Hermina, D., Huda, N., & Sumiati. (2024). Penggunaan Mixed Method pada Penelitian Pendidikan Agama Islam . *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 2460-0733.
- Majid, S. F., & Khairuldin, W. (019). Fiqh Boycott On LGBT Community: A Review. *International Journal Of Academic Research*, 35-49.
- Makrufah, A., & Fahrurrozi. (2024). Perlawanan Terhadap Genosida: Analisis Dampak Fatwa MUI Tentang Boikot Perusahaan Terafiliasi Israel. *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 2502-7565.
- Marzuki, W. W., & Triyono. (2022). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, dan Bahan Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2989-3000.
- Massari, A. (2021). *Visual Securitization: Humanitarian Representations and Migration Governance*. Pisa, Italy: IMISCOE Research Series Springer.



Hak Cipta :

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

- Muflihah, I. M., & Purwanto, D. (2024). Generasi Z dalam Aksi Bela Palestina Melalui Media Sosial TikTok. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora* , 2406-2416.
- Muhamad, N. (2023, 12 21). *Kenapa Orang Indonesia Boikot Produk Pro Israel? Ini Surveinya*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/d2562f2ad0e1d09/kenapa-orang-indonesia-boikot-produk-pro-israel-ini-surveinya>
- Mulyani, S., & Andni, R. (2024). Analisis Faktor Keputusan Pembelian SunscreenAzarine: Religiusitas Sebagai Moderator. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2989-3000.
- Muslim Outlook*. (2025, 03 06). Diambil kembali dari Indonesia Muslim Market Outlook 2025 More Halal, More Digital, More Maqoshid: <https://muslimoutlook.id/e-book/>
- Nasrullah, N. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 79-87.
- Pace, D. S. (2021). Probability And Non Probability Sampling - An Entry Point For Undergraduate Reseachers . *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 1-15.
- Pane, I., Hadju, V. A., Maghfuroh, L., Akbar, H., Simamor, R. S., Lestari, Z. W., . . . Aulia, U. (2021). *Desain Penelitian Mixed Method*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Portal Performa Indonesia. (2024, 10 03). *Industri Halal, Penopang Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Diambil kembali dari Portal Performa Indonesia: https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8668/industri-halal-penopang-pertumbuhan-ekonomi-nasional?lang=1&utm_source=chatgpt.com
- Pratiwi, B., Jannah, K. M., Saraswati, R., Raihanah, S., & Suhud, U. (2021). Analisis Pengaruh Intention to Boycott pada Konsumen Produk Perancis di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan*, 257-276.
- Pratiwi, F. S. (2025, 04 16). *DataIndonesia.id*. Diambil kembali dari Survei: Mayoritas Masyarakat Indonesia Anggap Dirinya Religius: <https://dataindonesia.id/varia/detail/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-anggap-dirinya-religius>
- Putri, D. R., Azis, A. D., & Rizqi, M. N. (2023). Analisis Rasio Keuangan dan Financial Distress Sebelum dan Sesudah Covid-19 Subsector Food and Beverage. *Jurnal Maneksi*, 546-572.
- Putriana . (2022). Peran Religiusitas Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Konsumen Muslimaah di Pekanbaru Provinsi Riau). *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 217-233.
- Qotrunnada, L. I. (2024). Fenomena Boikot Produk Pro Israel: Peran Media Sosial, Religiusitas, dan FOMO terhadap Brand Switching Pada Generasi Z. *Journal of Economics and Business Research*, 17-37.



Hak Cipta :

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

- Rafiki, A., Hidayat, S. E., & Nasution, M. T. (2023). An extensive effect of religiosity on the. *PSU Research Review*.
- Rahma, S., Sukardi, & Pratama, A. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Quantum Teaching Terhadap Keaktifan dan Hasil Belajar Siswa Kelas 1 di SD Negeri 19 Balai Makmur Banyuasin 1. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 1714-1725.
- Rahmana, M., Setianingsihb, D., Syardiansah, Rizald, M., & Ardianti, D. A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 437-448.
- Rahmawati, A. S., & Erina, R. (2020). Rancangan Acak Lengkap (RAL) Dengan Uji Anova Dua Jalur. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 54-62.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riyanti, D., & Nisa, F. L. (2023). Dampak Aksi Boikot Produk Berafiliasi Israel Terhadap Pertumbuhan Produk Lokal di Era Konflik Israel-Palestina. *DJIEB: Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 68-80.
- Rohaya, Nasution, M. L., & Dharma, B. (2024). Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel : Studi Kasus Pada Generasi Z Unimed. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 1036-1050.
- Rosyada, M. (2022). Analisa Pengaruh Brand Awareness, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 213-218.
- Safitri, D. (2015). Seruan Boikot Starbucks: Kampanye Negatif Atau Kampanye Hitam? *Dini Safitri*, 11-20.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi penelitian [E-book]*. Medan: Universitas Medan Area. Diambil kembali dari <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafri.pdf>
- Salsabila, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas Serta Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Youth & Islamic Economic Journal*, 22-23.
- Salsabila, Z. (2025, 05 20). Wawancara Indikator Humanitarian Awareness. (D. N. Khafidah, Pewawancara)
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Seita, A., & Al-Jadba, G. (2023). Gaza is facing a humanitarian catastrophe. *The Lancet*, 1745.
- Soesilo, D. T. (2019). *Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Satya Wacana University Press.



Hak Cipta :

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

- Sormin, S. K., & Malik, F. D. (2024). Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel. *Karimah Tauhid*, 3114-3120.
- Sorongan, T. P. (2025, 04 19). *8 Update Baru Gaza, Korban Tewas Tembus 19.543 Jiwa*. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231219091822-4-498439/8-update-baru-gaza-korban-tewas-tembus-19543-jiwa>
- Suandi, I. N., Agung, A. G., Candiasa, I. M., Suastra, I. W., Tika, I. N., Pageh, I. M., & Dantes, G. R. (2016). *Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Singaraja Bali: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Suherman, Nasrid, M. F., Ompusunggu, D. P., Simbolon, T. R., & Pratama, A. (2024). Makna Nilai Agama Dalam Keputusan Boikot Produk (Studi Kualitatif Pada Komunitas Muslim dan Non Muslim di Palangka Raya). *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 294-300 .
- Sulistiyani , R. D., & Fahrullah , A. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 172-188.
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Impelementasi di Indonesia*. Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia.
- Susanto, S. E. (2025). Boikot Konsumen Muslim Indonesia terhadap Merek Global: Sebuah Kajian Tentang Faktor Emosi, Religiositas dan Isu Geopolitik. *Advances in Management & Financial Reporting*, 427-443.
- Syaifuddin, A. (2019). *Psikologi Agama: Implementasi psikologi Untuk Memahami Perilaku Beragama*. Jakarta Timur: Prenamedia Group .
- Veal, A. J. (2017). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide (5th ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Welde, T. B., & Wardhani, B. L. (2020). Paradoks intervensi kemanusiaan: Analisis kritis teori dan praktik. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 222–237.
- Whitt, S., Wilson, R. K., & Mironova, V. (2021). Inter-group Contact and Out-Group Altruism After Violence. *Journal of Economic Psychology*, 1-40.
- Wibowo, P., Hapsari, R. D., & Ascha, M. C. (2024). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel oleh Majelis Ulama Indonesia . *Journal Publicuho*, 382-395.
- Yullah, A. (2016). Analisis Framing Pemberitaan Boikot Produk Israel Pada Kantor Berita Islam. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 267-281.

Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

1. Nama Mahasiswa : Dilla Nurul Khafidah
2. NIM : 2104411071
3. Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
4. Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas dan *Humanitarian Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Halal Pasca Boikot (Studi pada Konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek)
5. Dosen Pembimbing : Ach. Bakhrul Muchtasib, SEI., M.Si

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	24 / 02 2025 offline	▷ Penjelasan syarat wajib teknis. ▷ Penjelasan kriteria 4 / mencari judul skripsi. ▷ Penulisan skripsi sesuai pedoman.	
2.	08 / 03 2025 online	▷ Ganti judul masih tdk jelas ambigu. ▷ Belum ada data produk yg terafiliasi. ▷ Diminta berikan data angka penurunan produk terafiliasi israel.	
3.	18 / 03 2025 offline	▷ Ganti judul karena masih rancu. ▷ Belum ditemukan data peningkatan brand lokal secara umum. ▷ Masalah belum di temukan di latar belakang.	
4.	15 / 03 2025 offline	▷ Rumusan masalah blm menjelaskan boikot. ▷ Belum muncul masalah di rumusan masalah. ▷ Belum dijelaskan alasan pengambilan sampel secara teori.	
J.	16 / 03 2025 offline	▷ Latar belakang, sitasi per kalimat ▷ Penulisan pengembangan hipotesis dipisah dgn kerangka penelitian. ▷ Diminta sebutkan data brand global	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

		yang terafiliasi, yang umum atau familiar ▷ Usia kategori gen Z, alasan kenapa memilih rentan usia tersebut. ▷ ACC untuk melanjutkan sempro	
6.	07 / 07 2025 online	▷ Mengirim draf penyelesaian bab 4 dan bab 5.	
7.	09 / 07 2025 offline	▷ Belum ada karakteristik informan dan responden dlm bab 4 ▷ Alasan memilih 5 informan wawancara ▷ Perbaikan penulisan penomoran, layout, sub bab, simpulan, saran	
8.	10 / 07 2025 offline	▷ Perbaikan kalimat naristik di kata pengantar ▷ Lengkapi dgn tabel 4/ karakteristik responden ▷ Revisi bab 4 & bab 5	

Menyetujui KPS Keuangan dan Perbankan Syariah
Depok, 10 Juli 2025

(Nurul Hasanah, S. ST., M.Si)
NIP.199201122018032001

JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Pedoman Wawancara Semi-Terstruktur

Judul Penelitian

“Pengaruh Religiusitas dan *Humanitarian Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Halal Pasca Boikot (Studi Pada Konsumen Muslim Gen Z di Jabodetabek)”

Pelaksanaan Wawancara

Hari/Tanggal : 31 Mei 2025

Jam : 13.00 – 13.50 WIB

Durasi & Prosedur : 30-50 menit (Pertanyaan Terbuka)

Tempat : Online/Zoom Meeting

Link Pertemuan : <https://tinyurl.com/DicussWawancaraPenelitian>

Meeting ID : 785 1920 1213

Passcode : 7meZkj

Nama Narasumber & Profesi :

- Nur Azzahra, S.I.Kom. (Staf Marketing Komunikasi)
- Andini Fathia Rahmah, S.Pd.I. (Aktivis Dakwah)
- Meidina Khairunnisa (Mahasiswa)
- Zahrana Salsabila, S.Sos. (Relawan Sosial)
- Maysaroh Hanifah (Pelajar SMA)

Pertanyaan Demografis

1. Nama:
2. Usia:
3. Pekerjaan/Status:
4. Domisili:
5. Frekuensi pembelian/pemakaian brand lokal halal:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Ringkasan Informan Wawancara

Nama Informan	Usia	Pekerjaan	Domisili	Frekuensi Pembelian	Ringkasan Hasil Wawancara
Nur	25	Staf Marketing Komunikasi	Bekasi	Sering, konsisten	Memilih brand lokal halal sebagai wujud keyakinan religius dan dukungan nyata terhadap isu Palestina.
Andini	27	Aktivis Dakwah	Tangerang	Sering, selektif	Menganggap konsumsi brand lokal halal sebagai bentuk dakwah dan tanggung jawab moral.
Meidina	20	Mahasiswa	Bogor	Kadang-kadang	Pilihan terhadap brand lokal halal dipengaruhi empati sosial, namun tetap selektif dan fleksibel.
Zahrana	18	Relawan Sosial	Jakarta	Sering, kontekstual	Aktif dalam kegiatan sosial yang mendorong konsumsi brand lokal halal sebagai bentuk kepedulian.
Maysaroh	18	Pelajar SMA	Depok	Sering, sesuai kebutuhan	Sebagai pelajar, memilih brand lokal halal karena faktor lingkungan, empati, dan kebiasaan komunitas

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Indikator Pertanyaan Wawancara

Religiusitas (X_1)	
Sumber: El-Menouar (2014)	
Indikator	Pertanyaan Wawancara
Keyakinan (<i>Ideological</i>)	Apakah keyakinan Anda soal halal mendorong untuk memilih brand lokal, terutama setelah ajakan boikot?
Ibadah (Ritual)	Apakah rutinitas ibadah sehari-hari membuat Anda lebih memperhatikan kehalalan brand lokal?
Pengalaman Keagamaan (<i>Experiential</i>)	Apakah ada pengalaman pribadi yang membuat Anda lebih sadar dan memilih brand lokal halal dibanding brand global?
Pengetahuan Agama (<i>Intellectual</i>)	Apakah Anda pernah atau sering mengecek label halal sebelum beli brand lokal?
Praktik Sosial (<i>Consequential</i>)	Apakah Anda pernah atau aktif berpartisipasi dalam kegiatan sosial, sehingga terdorong mendukung dan membeli brand lokal halal?

Humanitarian Awareness (X_2)	
Sumber: Bartels & Hoogendam (2011)	
Indikator	Pertanyaan Wawancara
Empati	Pernahkah Anda merasa sedih atau prihatin melihat kondisi rakyat Palestina akibat perang yang tidak kunjung mereda?
Kepedulian Isu Sosial	Apakah perasaan prihatin itu membuat Anda lebih memilih membeli brand local halal? Bisa jelaskan?
Tanggung Jawab Moral	Apakah menurut Anda membeli brand lokal halal merupakan tanggung jawab moral untuk mendukung keadilan bagi Palestina? Mengapa?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Dukungan Gerakan Sosial	Pernahkah Anda ikut kampanye boikot atau gerakan solidaritas Palestina, apakah hal itu memengaruhi pilihan Anda pada brand lokal halal?
-------------------------	---

Keputusan Pembelian (Y)	
Sumber: Kotler & Keller (2016)	
Indikator	Pertanyaan Wawancara
Kesesuaian Kebutuhan	Apakah penting bagi Anda bahwa brand lokal halal yang dibeli sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, dan bagaimana Anda menentukannya?
Manfaat Produk	Saat membeli brand lokal halal, bagaimana Anda mempertimbangkan manfaat atau kegunaannya?
Harga-Kualitas	Bagaimana cara Anda menyeimbangkan antara harga dan kualitas brand lokal halal, terutama saat membandingkannya dengan brand lain di pasaran?
Niat Pembelian Ulang (Loyalitas)	Kalau Anda pernah mencoba brand lokal halal dan merasa cocok, apa yang membuat Anda ingin membelinya lagi di kemudian hari?
Rekomendasi ke Orang Lain	Jika Anda puas dengan suatu brand halal lokal, apakah Anda ingin atau tidak merekomendasikannya ke orang lain seperti teman atau keluarga?



Lampiran 5 Transkrip Wawancara

Informan 1

1. Hari/Tanggal : 31 Mei 2025
2. Jam : 13.00 – 13.10 WIB
3. Tempat : Online/Zoom Meeting
4. Nama Informan : Nur Azzahra, S.I.Kom.
5. Profesi : Staf Marketing Komunikasi
6. Domisili : Bekasi

Keterangan Kode

P: Pewawancara

I: Informan

Kode	Indikator Pertanyaan	Transkrip
P	Apakah keyakinan Anda soal halal mendorong untuk memilih brand	"Kak Nur, apakah keyakinan soal halal mendorong Kak Nur untuk pilih brand lokal, apalagi setelah ajakan boikot?"
I	lokal, terutama setelah ajakan boikot?	"Iya, Mbak. Saya merasa brand lokal lebih mudah dicek sertifikat halalnya. Sejak banyak ajakan boikot brand global, saya jadi lebih selektif."
P	Apakah rutinitas ibadah sehari-hari membuat	"Apakah rutinitas ibadah harian bikin Kak Nur lebih perhatian soal kehalalan brand lokal?"
I	Anda lebih memperhatikan kehalalan brand lokal?	"Iya, Mbak. Saya selalu ingat untuk cek label halal saat berbelanja. Tapi kadang juga saya lupa".
P	Apakah ada pengalaman pribadi yang membuat Anda lebih sadar dan	"Ada pengalaman pribadi yang bikin Kak Nur makin sadar pilih brand lokal halal daripada brand global?"
I	memilih brand lokal halal dibanding brand global?	"Waktu ikut kajian investasi halal, saya baru tahu banyak profit haram bisa masuk rantai produksi. Sejak itu saya beralih ke brand bersertifikat jelas."

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Apakah Anda pernah atau sering mengecek label	"Apakah Kak Nur rutin cek label atau sertifikat halal sebelum belanja brand lokal?"
I	halal sebelum beli brand lokal?	"Iya, saya pakai aplikasi scan sertifikat LPPOM MUI setiap mau beli. Namun ada kalanya saya percaya satu brand, jadi tidak cek setiap pembelian."
P	Apakah Anda pernah atau aktif berpartisipasi dalam	"Kak Nur pernah aktif di kegiatan sosial atau masjid yang mendukung beli brand lokal halal?"
I	kegiatan sosial, sehingga terdorong mendukung dan membeli brand lokal halal?	"Saya jadi relawan bazar brand lokal di masjid komplek. Di sana saya promosikan brand lokal halal ke jamaah."
P	Pernahkah Anda merasa sedih atau prihatin	"Pernahkah Kak Nur merasa sedih lihat kondisi rakyat Palestina karena perang?"
I	melihat kondisi rakyat Palestina akibat perang yang tidak kunjung mereda?	"Sering, Mbak. Saya pantau live update di sosial media, terutama nasib anak-anak, jadi sedih banget."
P	Apakah perasaan prihatin itu membuat Anda lebih memilih membeli brand lokal halal? Bisa	"Apakah rasa prihatin itu memengaruhi Kak Nur pilih brand halal lokal? Bisa ceritakan?"
I	jelaskan?	"Iya, Mbak. Saat saya melihat berita tentang penderitaan saudara di Palestina, saya merasa kalau kita bisa berkontribusi lewat belanja, mendukung brand lokal halal itu rasanya seperti ikut berjuang."
P	Apakah menurut Anda membeli brand lokal halal merupakan	"Menurut Kak Nur, apakah membeli brand lokal halal tanggung jawab moral untuk dukung keadilan Palestina?"
I	tanggung jawab moral untuk mendukung keadilan bagi Palestina? Mengapa?	"Saya merasa iya. Tapi saya juga berpikir kalau itu lebih ke pilihan pribadi. Karena tidak semua orang melihat belanja sebagai aksi moral untuk mendukung Palestina."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Pernahkah Anda ikut kampanye boikot atau gerakan solidaritas	"Kak Nur pernah ikut kampanye boikot atau solidaritas Palestina? Bagaimana itu pengaruh ke pilihan brand?"
I	Palestina, apakah hal itu memengaruhi pilihan Anda pada brand lokal halal?	"Saya sempat ikut webinar dan share info boikot beberapa brand. Setelah itu saya sadar, banyak brand lokal yang kualitasnya oke, jadi saya pindah ke situ."
P	Apakah penting bagi Anda bahwa brand lokal halal yang dibeli sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, dan bagaimana Anda menentukannya?	"Seberapa penting brand lokal halal sesuai kebutuhan harian, dan bagaimana Kak Nur menentukannya?"
I		"Sangat penting. Saya buat daftar bulanan kayak sabun, snack, lalu cari pilihan brand lokal sesuai daftar."
P	Saat membeli brand lokal halal, bagaimana Anda mempertimbangkan manfaat atau kegunaannya?	"Bagaimana Kak Nur pertimbangkan manfaat atau kegunaan saat beli brand lokal halal?"
I		"Saya baca testimoni teman dan review online; kalau banyak yang bilang bagus, saya yakin beli."
P	Bagaimana cara Anda menyeimbangkan antara harga dan kualitas brand lokal halal, terutama saat membandingkannya dengan brand lain di pasaran?	"Bagaimana cara Kak Nur menyeimbangkan antara harga dan kualitas ketika memilih brand lokal dibanding brand lain di pasaran?"
I		"Saya biasanya tentukan batas harga maksimal sebelum cari brand, lalu bandingkan kualitasnya misal dari bahan atau testimonial. Kalau harga masih masuk budget dan kualitasnya oke, saya pilih lokal."
P	Kalau Anda pernah mencoba brand lokal halal dan merasa cocok, apa yang membuat Anda ingin membelinya lagi di kemudian hari?	"Apa yang biasanya membuat Kak Nur memutuskan untuk membeli ulang suatu brand lokal halal setelah pengalaman pertama?"
I		"Kalau saya merasakan manfaat langsung, saya pasti beli ulang karena sudah terbukti memuaskan."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Jika Anda puas dengan suatu brand halal lokal, apakah Anda ingin atau tidak merekomendasikannya ke orang lain seperti teman atau keluarga?	"Kalau puas dengan brand lokal halal, apakah Kak Nur merekomendasikan ke teman atau keluarga?"
I		"Iya, saya biasanya cerita langsung atau share link brand di grup chat supaya teman dan keluarga juga dapat manfaatnya."

Bekasi, 31 Mei 2025

Validasi Informan 1

Nur Azzahra, S.I.Kom.

Staf Marketing Komunikasi

Informan 2

1. Hari/Tanggal : 31 Mei 2025
2. Jam : 13.10 – 13.20 WIB
3. Tempat : Online/Zoom Meeting
4. Nama Informan : Andini Fathia Rahmah, S.Pd.I.
5. Profesi : Aktivis Dakhwah
6. Domisili : Tangerang

Keterangan Kode

P: Pewawancara

I: Informan

Kode	Indikator Pertanyaan	Transkrip
P	Apakah keyakinan Anda soal halal mendorong untuk memilih brand lokal, terutama setelah ajakan boikot?	"Kak Andini, apakah keyakinan soal halal mendorong Kak Andini pilih brand lokal setelah ajakan boikot?"



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

I		"Iya, Mbak. Saya merasa wajib dukung usaha umat dengan belanja brand lokal yang halal. Tapi kadang saya masih pakai brand global kalau lagi sulit dapat brand lokal yang serupa."
P	Apakah rutinitas ibadah sehari-hari membuat Anda lebih	"Dari rutinitas ibadah harian, apakah itu membuat Kak Andini lebih perhatian pada kehalalan brand lokal?"
I	memperhatikan kehalalan brand lokal?	"Iya, Mbak. Setelah mengikuti kajian, saya jadi lebih sadar untuk pilih brand yang benar-benar halal."
P	Apakah ada pengalaman pribadi yang membuat	"Ada pengalaman pribadi yang membuat kakak berpindah ke brand lokal halal?"
I	Anda lebih sadar dan memilih brand lokal halal dibanding brand global?	"Waktu saya mengelola logistik untuk program dakwah di pelosok, saya menemukan kalau brand lokal yang tahan lama dan lebih terjangkau sehingga bisa dialokasikan dengan lebih efisien."
P	Apakah Anda pernah atau sering mengecek label	"Apakah kakak cek label atau sertifikat sebelum beli brand lokal?"
I	halal sebelum beli brand lokal?	"Selalu, saya pakai aplikasi scan sertifikat MUI setiap mau belanja, terutama untuk brand baru. Namun, untuk brand yang udah saya kenal, saya tidak cek lagi."
P	Apakah Anda pernah atau aktif berpartisipasi dalam	"Kak Andini pernah aktif di kegiatan sosial/masjid yang mendorong beli brand lokal halal?"
I	kegiatan sosial, sehingga terdorong mendukung dan membeli brand lokal halal?	"Saya pernah jadi panitia bazar amal di masjid, kebetulan khusus menjual brand lokal halal untuk penggalangan dana saudara-saudara kita di Palestina."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Pernahkah Anda merasa sedih atau prihatin	"Pernahkah Kak Andini merasa sedih melihat kondisi Palestina?"
I	melihat kondisi rakyat Palestina akibat perang yang tidak kunjung mereda?	"Sangat sedih, Mbak. Saya sering update berita atau sosial media dan ikut mendoakan untuk saudara-saudara kita."
P	Apakah perasaan prihatin itu membuat Anda lebih	"Apakah rasa prihatin memengaruhi pilihan brand lokal yang halal?"
I	memilih membeli brand lokal halal? Bisa jelaskan?	"Iya, Mbak. Saat saya melihat berita tentang penderitaan saudara di Palestina, saya merasa kalau kita bisa berkontribusi lewat belanja, mendukung brand lokal itu rasanya seperti ikut berjuang."
P	Apakah menurut Anda membeli brand lokal halal merupakan	"Menurut Kak Andini, apakah membeli brand lokal halal tanggung jawab moral untuk keadilan Palestina?"
I	tanggung jawab moral untuk mendukung keadilan bagi Palestina? Mengapa?	"Betul. Ini cara kecil saya untuk bertanggung jawab sebagai Muslim dengan berkontribusi dalam perjuangan saudara-saudara kita."
P	Pernahkah Anda ikut kampanye boikot atau gerakan solidaritas	"Kak Andini pernah ikut kampanye boikot atau solidaritas? Bagaimana pengaruhnya ke pilihan brand?"
I	Palestina, apakah hal itu memengaruhi pilihan Anda pada brand lokal halal?	"Saya aktif ikut gerakan boikot di medsos dan kampanye offline; setelah itu makin sering pake brand lokal yang halal sebagai alternatif."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Apakah penting bagi Anda bahwa brand lokal	"Bagaimana Kak Andini memastikan brand lokal halal sesuai kebutuhan harian?"
I	halal yang dibeli sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, dan bagaimana Anda menentukannya?	"Saya mulai dengan seleksi brand lokal yang memiliki label halal. Tapi kadang saat ada keperluan mendesak, saya beli brand apa saja yang tersedia tanpa sempat memastikan lagi."
P	Saat membeli brand lokal halal, bagaimana Anda	"Bagaimana pertimbangan manfaat saat beli brand lokal halal?"
I	mempertimbangkan manfaat atau kegunaannya?	"Saya cek review dari komunitas dakwah dan testimoni; kalau manfaatnya jelas, saya yakin beli."
P	Bagaimana cara Anda menyeimbangkan antara	"Bagaimana cara Kak Andini menyeimbangkan harga dan kualitas dalam pilihan?"
I	harga dan kualitas brand lokal halal, terutama saat membandingkannya dengan brand lain di pasaran?	"Saya tetapkan anggaran belanja terlebih dahulu, lalu bandingkan kualitas, misalnya dari bahan dan sertifikat antar brand dalam rentang harga itu."
P	Kalau Anda pernah mencoba brand lokal	"Apa yang membuat Kak Andini beli ulang brand lokal?"
I	halal dan merasa cocok, apa yang membuat Anda ingin membelinya lagi di kemudian hari?	"Jika brand terbukti awet dan bermanfaat untuk kegiatan dakwah atau sehari-hari, saya pasti beli ulang."
P	Jika Anda puas dengan suatu brand halal lokal,	"Kalau puas, apakah Kak Andini rekomendasikan ke tim dakwah atau keluarga?"
I	apakah Anda ingin atau tidak merekomendasikannya ke orang lain seperti teman atau keluarga?	"Tentu saja. Saya biasa share link dan info brand di grup dakwah dan keluarga agar mereka juga merasakan manfaatnya."



Hak Cipta :

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

Tangerang, 31 Mei 2025

Validasi Informan 2

Andini Fathia Rahmah, S.Pd.I.

Aktivis Dakhwah

Informan 3

1. Hari/Tanggal : 31 Mei 2025
2. Jam : 13.20 – 13.30 WIB
3. Tempat : Online/Zoom Meeting
4. Nama Informan : Meidina Khairunnisa
5. Profesi : Mahasiswa
6. Domisili : Bogor

Keterangan Kode

P: Pewawancara

I: Informan

Kode	Indikator Pertanyaan	Transkrip
P	Apakah keyakinan Anda soal halal mendorong untuk memilih brand	"Mbak Meidina, apakah keyakinan soal halal mendorong Mbak memilih brand lokal setelah ajakan boikot?"
I	lokal, terutama setelah ajakan boikot?	"Sebagai mahasiswa yang aktif di organisasi kampus dan juga mendukung usaha teman-teman UMKM kampus."
P	Apakah rutinitas ibadah sehari-hari membuat Anda lebih	"Dari rutinitas keagamaan harian, apakah itu membuat Mbak lebih perhatian pada kehalalan brand lokal?"
I	memperhatikan kehalalan brand lokal?	"Iya, Mbak. Saya makin ingat untuk selalu cek sertifikat halal ketika membeli makanan atau minuman di kantin."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Apakah ada pengalaman pribadi yang membuat	"Apa pengalaman pribadi yang membuat Mbak berpindah ke brand lokal halal?"
I	Anda lebih sadar dan memilih brand lokal halal dibanding brand global?	"Waktu menjadi panitia acara dakwah, kami memesan konsumsi dari UKM kampus yang bersertifikat halal; rasanya enak dan harganya masuk anggaran."
P	Apakah Anda pernah atau sering mengecek	"Apakah Mbak rutin cek label atau sertifikat sebelum beli brand lokal?"
I	label halal sebelum beli brand lokal?	"Iya, saya biasanya scan QR code label halal di aplikasi LPPOM MUI sebelum membeli brand di sekitar kampus."
P	Apakah Anda pernah atau aktif berpartisipasi	"Mbak pernah aktif di kegiatan sosial/masjid yang mendorong beli brand lokal halal?"
I	dalam kegiatan sosial, sehingga terdorong mendukung dan membeli brand lokal halal?	"Iya, Mbak. Saya pernah jadi panitia bakti sosial kampus yang mengadakan penggalangan dana lewat penjualan paket sembako lokal halal di masjid kampus setiap bulan."
P	Pernahkah Anda merasa sedih atau prihatin	"Pernahkah Mbak merasa sedih melihat kondisi Palestina?"
I	melihat kondisi rakyat Palestina akibat perang yang tidak kunjung mereda?	"Sering, Mbak. Saya sering ikut diskusi online di komunitas kampus dan merasa terpanggil membantu lewat kampanye kecil-kecilan."
P	Apakah perasaan prihatin itu membuat	"Apakah rasa prihatin itu memengaruhi Mbak memilih brand halal lokal?"
I	Anda lebih memilih membeli brand lokal halal? Bisa jelaskan?	"Iya. Saya merasa setiap belanja bisa jadi dukungan moral bagi saudara-saudara kita di Palestina."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Apakah menurut Anda membeli brand lokal halal merupakan	"Menurut Mbak, apakah membeli brand lokal halal bagian dari tanggung jawab moral untuk dukung keadilan Palestina?"
I	tanggung jawab moral untuk mendukung keadilan bagi Palestina? Mengapa?	"Saya rasa iya, Mbak. Sebagai mahasiswa muslim, saya ingin menunjukkan kepedulian saya lewat pembelian brand lokal yang halal sebagai alternatif dari brand yang terafiliasi."
P	Pernahkah Anda ikut kampanye boikot atau gerakan solidaritas	"Mbak pernah ikut kampanye boikot atau solidaritas Palestina? Bagaimana pengaruhnya terhadap pilihan brand?"
I	Palestina, apakah hal itu memengaruhi pilihan Anda pada brand lokal halal?	"Saya pernah ikut aksi online yang diinisiasi oleh BEM kampus dan mengajak teman untuk beralih ke brand lokal halal."
P	Apakah penting bagi Anda bahwa brand lokal	"Bagaimana Mbak memastikan brand lokal halal sesuai kebutuhan harian?"
I	halal yang dibeli sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, dan bagaimana Anda menentukannya?	"Saya biasanya cek brand yang tersedia di kantin kampus atau minimarket sekitar kost, lalu pilih yang terjangkau dan punya label halal jelas."
P	Saat membeli brand lokal halal, bagaimana	"Bagaimana pertimbangan manfaat saat beli brand lokal halal?"
I	Anda mempertimbangkan manfaat atau kegunaannya?	"Saya pilih brand yang multifungsi, seperti sabun yang juga melembapkan, agar hemat kantong mahasiswa."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Bagaimana cara Anda menyeimbangkan antara	"Bagaimana cara menyeimbangkan harga dan kualitas dalam pilihan?"
I	harga dan kualitas brand lokal halal, terutama saat membandingkannya dengan brand lain di pasaran?	"Saya cek harga di aplikasi belanja online, bandingkan review, lalu pastikan kualitas sesuai dengan budget mahasiswa."
P	Kalau Anda pernah	"Apa yang membuat Mbak beli ulang brand lokal?"
I	mencoba brand lokal halal dan merasa cocok, apa yang membuat Anda ingin membelinya lagi di kemudian hari?	"Tentu saja, brandnya bagus dari segi kualitas dan saya merasa cocok pakai brand lokal, sehingga pasti akan beli untuk seterusnya."
P	Jika Anda puas dengan suatu brand halal lokal,	"Kalau puas, apakah Mbak akan rekomendasikan ke teman atau keluarga?"
I	apakah Anda ingin atau tidak merekomendasikannya ke orang lain seperti teman atau keluarga?	"Iya, saya rekomendasikan namun kembali ke selera masing-masing, jadi biasanya saya menunggu mereka bertanya dulu baru saya beri tahu."

Bogor, 31 Mei 2025

Validasi Informan 3

Meidina Khairunnisa
Mahasiswa



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Informan 4

1. Hari/Tanggal : 31 Mei 2025
2. Jam : 13.30 – 13.40 WIB
3. Tempat : Online/Zoom Meeting
4. Nama Informan : Zahrana Salsabila, S.Sos.
5. Profesi : Relawan Sosial
6. Domisili : Jakarta

Keterangan Kode

P: Pewawancara

I: Informan

Kode	Indikator Pertanyaan	Transkrip
P	Apakah keyakinan Anda soal halal mendorong untuk	"Mbak Zahrana, apakah keyakinan soal halal bikin Mbak lebih pilih brand lokal setelah ada ajakan boikot?"
I	memilih brand lokal, terutama setelah ajakan boikot?	"Iya, Mbak. Di komunitas relawan, kami sering diskusi nilai kehalalan. Cuma kadang saya masih cek brand global kalau pas butuh buru-buru dan lokalnya belum familiar."
P	Apakah rutinitas ibadah sehari-hari	"Dari rutinitas ibadah harian, apakah Mbak jadi lebih perhatian soal kehalalan brand lokal?"
I	membuat Anda lebih memperhatikan kehalalan brand lokal?	"Iya, Mbak. Sejak saya pindah di lingkungan kompleks, saya jadi lebih sadar buat milih yang halal. Jadi kalau belanja kebutuhan rumah tangga, saya usahain pilih brand lokal yang halal karena lebih tenang juga rasanya."
P	Apakah ada pengalaman pribadi	"Ada pengalaman sebagai relawan yang bikin Mbak beralih ke brand lokal halal?"
I	yang membuat Anda lebih sadar dan memilih brand lokal halal dibanding brand global?	"Pernah banget, waktu saya terlibat dalam aksi cepat tanggap banjir di Jakarta, kita distribusi bantuan pakai brand lokal. Sejak itu saya mikir, kenapa nggak sekalian terus dukung brand lokal aja, kan udah terbukti bisa diandalkan pas lapangan."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Apakah Anda pernah atau sering mengecek	"Apakah Mbak cek label atau sertifikat sebelum beli brand lokal?"
I	label halal sebelum beli brand lokal?	"Saya usahain cek, Mbak. Biasanya saya lihat logo halal atau kalau ragu, saya scan barcode-nya lewat aplikasi halal MUI. Apalagi kalau belinya buat dibagikan ke orang banyak, saya merasa itu tanggung jawab moral juga sih."
P	Apakah Anda pernah atau aktif	"Mbak pernah terlibat kegiatan sosial/masjid yang dukung beli brand lokal halal?"
I	berpartisipasi dalam kegiatan sosial, sehingga terdorong mendukung dan membeli brand lokal halal?	"Sering, Mbak. Saya beberapa kali bantu jadi koordinator bazar di acara masjid, dan kita memang lebih milih kerja sama dengan UMKM halal lokal. Serta, juga buat bantu sesama pelaku usaha kecil."
P	Pernahkah Anda merasa sedih atau	"Pernahkah Mbak merasa sedih atas kondisi Palestina?"
I	prihatin melihat kondisi rakyat Palestina akibat perang yang tidak kunjung mereda?	"Tentu, Mbak. Apalagi kalau ada berita terbaru yang menyedihkan. Kadang rasanya nggak berdaya, tapi dari situ saya sadar kalau bentuk kepedulian itu bisa lewat pilihan kita pada brand lokal."
P	Apakah perasaan prihatin itu membuat	"Apakah rasa prihatin itu memengaruhi Mbak pilih brand lokal halal?"
I	Anda lebih memilih membeli brand lokal halal? Bisa jelaskan?	"Iya. Saya merasa membeli brand lokal bisa bantu ekonomi umat dan beri dukungan solidaritas untuk Palestina"



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Apakah menurut Anda membeli brand lokal halal merupakan	"Menurut Mbak, apakah membeli brand lokal halal menjadi tanggung jawab moral untuk memberi dukungan keadilan Palestina?"
I	tanggung jawab moral untuk mendukung keadilan bagi Palestina? Mengapa?	"Saya pribadi merasa iya, Mbak. Nggak semua orang bisa turun langsung bantu ke sana, jadi lewat konsumsi kita pun bisa jadi bentuk solidaritas."
P	Pernahkah Anda ikut kampanye boikot atau gerakan solidaritas	"Mbak pernah ikut kampanye boikot atau solidaritas Palestina? Bagaimana pengaruhnya ke pilihan brand?"
I	Palestina, apakah hal itu memengaruhi pilihan Anda pada brand lokal halal?	"Pernah. Saya ikut kampanye online lewat media sosial, repost info boikot, dan juga sempat jadi relawan galang dana. Sejak itu saya lebih selektif belanja, mulai pelan-pelan ngurangin brand global dan beralih ke brand lokal halal yang mendukung perjuangan kemanusiaan."
P	Apakah penting bagi Anda bahwa brand	"Bagaimana Mbak memastikan brand lokal halal sesuai kebutuhan harian?"
I	lokal halal yang dibeli sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, dan bagaimana Anda menentukannya?	"Saya biasanya cek mana brand lokal yang ada label halalnya dan sesuai budget. Apalagi kalau buat dibagiin ke sesama harus dipastikan aman dan benar-bener sesuai kebutuhan lapangan."
P	Saat membeli brand lokal halal, bagaimana	"Bagaimana pertimbangan manfaat saat beli brand lokal halal?"
I	Anda mempertimbangkan manfaat atau kegunaannya?	"Saya lihat manfaatnya dari sisi ketahanan brand. Misalnya kalau snack, saya pilih yang tahan lama dan kemasannya praktis."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Bagaimana cara Anda menyeimbangkan	"Bagaimana Kak Zahrana menyeimbangkan harga dan kualitas ketika membeli brand lokal?"
I	antara harga dan kualitas brand lokal halal, terutama saat membandingkannya dengan brand lain di pasaran?	"Saya bandingkan dulu beberapa brand lokal. Biasanya beli dalam jumlah banyak buat kebutuhan kegiatan, jadi saya cari yang harganya masuk tapi kualitasnya tetap bagus. Kadang saya tanya ke penjual langsung atau lihat testimoni juga."
P	Kalau Anda pernah	"Apa yang membuat Mbak beli ulang brand lokal?"
I	mencoba brand lokal halal dan merasa cocok, apa yang membuat Anda ingin membelinya lagi di kemudian hari?	"Kalau brandnya beneran terbukti pas dipakai di lapangan, tahan lama, dan respon dari yang terima juga bagus, ya pasti saya beli lagi. Saya juga suka kasih feedback ke produsen brand lokal supaya mereka terus <i>improve</i> ."
P	Jika Anda puas dengan suatu brand	"Kalau puas, apakah Mbak rekomendasikan ke teman atau keluarga?"
I	halal lokal, apakah Anda ingin atau tidak merekomendasikannya ke orang lain seperti teman atau keluarga?	"Iya, pasti. Saya sering share di grup WA keluarga dan komunitas relawan. Tapi ya saya biasanya share yang udah saya coba sendiri dan yakin aman, biar mereka juga percaya."

Jakarta, 31 Mei 2025

Validasi Informan 4

Zahrana Salsabila, S.Sos.
Relawan Sosial



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Informan 5

1. Hari/Tanggal : 31 Mei 2025
2. Jam : 13.40 – 13.50 WIB
3. Tempat : Online/Zoom Meeting
4. Nama Informan : Maysaroh Hanifah
5. Profesi : Pelajar SMA
6. Domisili : Depok

Keterangan Kode

P: Pewawancara

I: Informan

Kode	Indikator Pertanyaan	Transkrip
P	Apakah keyakinan Anda soal halal	"Apakah keyakinan soal halal mendorong kamu memilih brand lokal setelah ajakan boikot?"
I	mendorong untuk memilih brand lokal, terutama setelah ajakan boikot?	"Iya, Kak. Soalnya dari kecil udah diajarin pentingnya pilih yang halal, apalagi kalau tahu brand luar ada yang terlibat isu kayak gitu. Tapi ya, nggak semua brand lokal juga bagus sih."
P	Apakah rutinitas ibadah sehari-hari	"Dari rutinitas ibadah harian, apakah itu bikin kamu lebih perhatian soal kehalalan brand lokal?"
I	membuat Anda lebih memperhatikan kehalalan brand lokal?	"Iya, Kak. Saya jadi lebih mikir soal apa yang saya makan atau pakai. Makanya saya coba cari brand yang halal dan lokal."
P	Apakah ada pengalaman pribadi yang membuat Anda	"Ada pengalaman pribadi di sekolah atau kegiatan ekstrakurikuler yang bikin kamu beralih ke brand lokal halal?"
I	lebih sadar dan memilih brand lokal halal dibanding brand global?	"Pernah sih, waktu di bazar Ramadan sekolah, kami jualan snack lokal dan ternyata laku keras. Saya jadi mikir, ternyata brand lokal juga bagus. Sejak itu saya mulai nyobain beli brand lokal."
P	Apakah Anda pernah atau sering mengecek label halal sebelum beli brand lokal?	"Apakah kamu cek label atau sertifikat sebelum beli brand lokal?"



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

I		"Iya, kadang saya cek logo halalnya. Saya juga pernah install aplikasi buat ngecek halalnya. Tapi jujur, kalau udah sering beli dan udah yakin, saya jarang banget ngecek lagi."
P	Apakah Anda pernah atau aktif berpartisipasi dalam kegiatan sosial,	"Kamu pernah terlibat kegiatan di sekolah atau komunitas masjid yang mendukung beli brand lokal halal?"
I	sehingga terdorong mendukung dan membeli brand lokal halal?	"Pernah, Kak. Waktu jadi panitia buka puasa bersama di sekolah, kita pesan makanan dari UMKM lokal. Dan juga bantu promosiin ke teman-teman di grup."
P	Pernahkah Anda merasa sedih atau	"Pernah gak kamu merasa sedih melihat kondisi Palestina?"
I	prihatin melihat kondisi rakyat Palestina akibat perang yang tidak kunjung mereda?	"Iya, pernah kak. Saya pernah sampai nangis nonton video anak-anak di Gaza. Ngerasa pengen bantu tapi nggak tahu caranya."
P	Apakah perasaan prihatin itu membuat	"Apakah rasa prihatin itu memengaruhi kamu memilih brand halal lokal?"
I	Anda lebih memilih membeli brand lokal halal? Bisa jelaskan?	"Iya, saya jadi lebih hati-hati. Saya nggak mau uang jajan saya dipakai buat beli brand dari perusahaan yang dukung kekerasan kemanusiaan."
P	Apakah menurut Anda membeli brand lokal halal merupakan	"Menurut kamu, apakah membeli brand lokal halal tanggung jawab moral untuk dukung keadilan Palestina?"
I	tanggung jawab moral untuk mendukung keadilan bagi Palestina? Mengapa?	"Menurut saya iya, itu salah satu cara kita ikut berkontribusi. Tapi nggak semua orang bisa lakuin itu. Ada yang ngerasa nggak penting atau nggak ngerti juga."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Pernahkah Anda ikut kampanye boikot atau gerakan solidaritas	"Kamu pernah ikut kampanye boikot atau solidaritas Palestina? Bagaimana itu memengaruhi pilihan brand?"
I	Palestina, apakah hal itu memengaruhi pilihan Anda pada brand lokal halal?	"Pernah Kak, saya share info boikot di story IG, terus mulai ganti sabun sama minuman yang saya konsumsi ke brand lokal yang tentunya juga halal."
P	Apakah penting bagi Anda bahwa brand	"Bagaimana kamu memastikan brand lokal halal sesuai kebutuhan harian?"
I	lokal halal yang dibeli sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, dan bagaimana Anda menentukannya?	"Biasanya saya cari yang cocok buat bekal ke sekolah. Tapi kadang pilihan brandnya terbatas, jadi nggak semua kebutuhan bisa dipenuhi sama brand lokal."
P	Saat membeli brand lokal halal, bagaimana	"Bagaimana kamu mempertimbangkan manfaat saat beli brand lokal halal?"
I	Anda mempertimbangkan manfaat atau kegunaannya?	"Biasanya saya lihat manfaatnya itu dari fungsinya, Kak. Tapi kadang juga aku pilih cuma karena lagi promo atau teman-teman lagi beli itu juga, bukan karena mikirin manfaatnya"
P	Bagaimana cara Anda menyeimbangkan	"Bagaimana cara kamu menyeimbangkan harga dan kualitas ketika memilih brand lokal?"
I	antara harga dan kualitas brand lokal halal, terutama saat membandingkannya dengan brand lain di pasaran?	"Saya bandingin harga sama isi brandnya. Kalau murah tapi isinya banyak dan enak, saya beli."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

P	Kalau Anda pernah	"Apa yang membuat kamu beli ulang brand lokal?"
I	mencoba brand lokal halal dan merasa cocok, apa yang membuat Anda ingin membelinya lagi di kemudian hari?	"Kalau udah cocok, rasanya enak, dan nggak bikin sakit perut, saya pasti beli lagi."
P	Jika Anda puas dengan suatu brand halal lokal,	"Kalau puas, apakah kamu akan rekomendasikan ke teman atau keluarga?"
I	apakah Anda ingin atau tidak merekomendasikannya ke orang lain seperti teman atau keluarga?	"Iya, saya sering share di story IG atau kasih tahu ke adik. Tapi kalau saya belum yakin banget, saya nggak langsung rekomendasi."

Depok, 31 Mei 2025

Validasi Informan 5

**POLITEKNI
NEGERI
JAKARTA**

Maysaroh Hanifah
Pelajar SMA



Lampiran 6 Pengkodean dan Tema Wawancara

Variabel	Tema	Kategori
Religiusitas	Implementasi Nilai Agama dalam Konsumen	1. Kesadaran Keagamaan 2. Praktik Ibadah dalam Konsumsi 3. Dukungan Brand Lokal Halal
<i>Humanitarian Awareness</i>	Solidaritas Kemanusiaan melalui Konsumsi	1. Empati Sosial 2. Partisipasi Solidaritas Kemanusiaan 3. Tanggung Jawab Moral
Keputusan Pembelian	Pola Pilihan Brand Halal Lokal	1. Preferensi Konsumsi Halal Lokal 2. Pengaruh Kampanye Boikot 3. Pertimbangan Fungsional (kualitas, harga, loyalitas)

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara



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



Lampiran 8 Kuesioner Penelitian

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN HUMANITARIAN AWARENESS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND LOKAL HALAL
PASCA BOIKOT (STUDI PADA KONSUMEN MUSLIM GEN Z DI
JABODETABEK)**

Assalamualaikum wr. wb.,

Perkenalkan saya Dilla Nurul Khafidah, mahasiswi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data guna menyusun skripsi saya.

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner ini ($\pm 7-10$ menit). Data akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk kepentingan akademik.

Kriteria responden:

1. Usia 18–28 tahun
2. Domisili Jabodetabek
3. Pernah membeli brand lokal halal
4. Mengetahui/aktif mengikuti aksi boikot

Petunjuk pengisian:

- Isilah data diri dan alamat email pribadi
- Jawab 20 pernyataan (Skala Likert 1–5)
- Tidak ada jawaban benar atau salah
- Klik “Kirim” setelah mengisi seluruh pertanyaan
- Bila jawaban screening “Tidak”, mohon tidak melanjutkan

Kontak:

Instagram: [@khaldifahjourney](https://www.instagram.com/khaldifahjourney)

WA: 0812-8859-2250

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Email: dilla.nurul.khafidah.ak21@mhsw.pnj.ac.id

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara(i).

Wassalamualaikum wr. wb.

Hormat saya,

Dilla Nurul Khafidah

Screening:

Penting untuk diketahui, bila Bapak/Ibu/Saudara(i) menjawab "Ya", silakan lanjutkan mengisi kuesioner. Namun jika jawaban Bapak/Ibu/Saudara(i) "Tidak", mohon tidak melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya.

Petunjuk Pengisian:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Deskripsi Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia
 - a. 18-22 Tahun
 - b. 23-25 Tahun



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- c. 26-28 Tahun
4. Domisili
 - a. Jakarta
 - b. Bogor
 - c. Depok
 - d. Tangerang
 - e. Bekasi
5. Pendidikan Terakhir/Saat Ini
 - a. SD/MI
 - b. SMP/MTs
 - c. SMA/SMK/MA/SLTA
 - d. Diploma (D1, D2, D3)
 - e. Sarjana (S1/D4, S2)
 - f. Lainnya: _____
6. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Karyawan/Pegawai
 - c. Wiraswasta/Buruh
 - d. Wirausaha
 - e. Tenaga Pengajar/Instruktur
 - f. PNS
 - g. Lainnya: _____
7. Pernah membeli brand lokal halal?
 - a. Ya
 - b. Tidak
8. Mengetahui atau pernah mengikuti aksi boikot?
 - a. Ya
 - b. Tidak



Lampiran 9 Pernyataan Kuesioner

Religiusitas (X ₁)							
Sumber: El-Menouar (2014)							
Indikator	No	Pernyataan Kuesioner	Pilihan Jawaban				
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Keyakinan (<i>Ideological</i>)	1	Saya percaya bahwa brand yang halal lebih baik dan sesuai dengan ajaran Islam.					
	2	Keyakinan saya terhadap ajaran agama mendorong saya memilih brand lokal yang memiliki label halal.					
Ibadah (Ritual)	1	Ibadah rutin saya membuat saya lebih peduli terhadap kehalalan brand yang dipakai.					
Pengalaman Keagamaan (<i>Experiential</i>)	1	Pengalaman ibadah saya membuat saya lebih sadar pentingnya memilih brand yang halal.					
Pengetahuan hasil penelitian (<i>Intellectual</i>)	1	Saya memahami perbedaan antara brand halal dan non-halal, serta mengecek label halal sebelum membeli.					
Praktik Sosial (<i>Consequential</i>)	1	Nilai kepedulian dalam Islam mendorong saya memilih brand lokal yang halal.					
	2	Saya mendukung brand lokal halal karena merasa bagian dari komunitas Muslim.					

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

<i>Humanitarian Awareness (X₂)</i>							
Sumber: Bartels & Hoogendam (2011)							
Indikator	No	Pertanyaan Kuesioner	Pilihan Jawaban				
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Empati	1	Saya merasa prihatin terhadap penderitaan rakyat Palestina.					
	2	Perasaan empati saya terhadap Palestina mendorong saya membeli brand halal dari brand lokal.					
Kepedulian Isu Sosial	1	Kepedulian saya terhadap isu Palestina memengaruhi pilihan saya untuk tidak membeli brand global yang terafiliasi.					
Tanggung Jawab Moral	1	Memilih brand lokal halal adalah bentuk sikap moral saya membela keadilan.					
Dukungan Gerakan Sosial	1	Saya mendukung gerakan boikot terhadap brand global yang dianggap mendukung aksi Palestina.					
	2	Saya lebih memilih brand lokal halal sebagai bentuk dukungan terhadap keadilan di Palestina.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Keputusan Pembelian (Y)							
Sumber: Kotler & Keller (2016)							
Indikator	No	Pertanyaan Kuesioner	Pilihan Jawaban				
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Kesesuaian Kebutuhan	1	Saya membeli produk dari brand lokal halal karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
	2	Saya membeli produk dari brand lokal halal karena praktis dan mudah saya temukan.					
Manfaat Produk	1	Kegunaan produk menjadi pertimbangan utama saya sebelum membeli brand lokal halal.					
Harga-Kualitas	1	Saya mempertimbangkan kualitas sebelum membeli brand lokal halal, meskipun harganya lebih tinggi.					
	2	Harga brand lokal halal menurut saya sebanding dengan kualitasnya.					
Niat Pembelian Ulang (Loyalitas)	1	Saya puas dengan brand lokal halal dan ingin terus menggunakannya untuk jangka panjang.					
Rekomendasi ke Orang Lain	1	Jika saya puas, saya bersedia merekomendasikan produk dari brand lokal halal kepada orang lain.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 10 Data Penelitian

No	X1							X2						X2	Y							Y		
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y	
1	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	
2	5	5	5	5	5	5	4	34	4	4	5	4	3	4	25	4	4	4	4	5	4	5	30	
3	4	5	5	5	5	5	4	32	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	4	5	5	4	32	
4	4	4	4	4	4	4	2	26	3	3	3	5	4	4	22	4	4	3	2	4	4	4	25	
5	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	
6	5	4	4	3	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	5	5	4	33	
7	5	4	5	4	5	4	5	32	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	5	5	32	
8	4	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	5	5	4	31	
9	5	4	5	4	5	4	5	32	5	4	5	5	5	5	28	5	4	4	5	4	5	4	31	
10	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	4	4	29	
11	4	4	4	5	5	4	4	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	2	5	5	5	4	31	
12	4	4	4	5	4	3	4	28	4	4	5	5	5	5	27	4	4	4	5	5	5	4	30	
13	4	4	4	5	4	3	4	28	5	5	5	5	5	5	29	4	4	2	4	5	5	4	28	
14	4	4	5	5	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	
15	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	5	5	5	5	33	
16	4	5	4	4	4	4	4	29	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	5	5	4	30	
17	4	5	3	3	3	3	3	25	4	4	4	5	4	4	25	4	2	5	5	5	5	4	29	
18	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	4	5	4	29	
19	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	5	5	5	4	33	
20	4	5	4	4	4	4	4	29	4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	5	5	5	4	32	
21	4	5	3	2	3	3	3	24	5	3	3	5	3	3	22	4	3	2	4	3	4	3	23	
22	4	4	4	4	4	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	4	34	
23	4	4	5	4	4	4	3	28	4	4	4	5	4	3	24	5	4	3	4	4	5	3	28	
24	3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	4	29	
25	3	4	4	4	4	4	3	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	5	4	3	27	
26	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	4	4	4	5	27	4	4	3	3	4	4	4	26	
27	4	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	5	5	4	30	
28	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	
29	3	3	3	3	3	4	2	3	21	4	4	4	3	3	21	4	4	4	3	4	4	4	27	
30	4	4	4	5	5	5	5	31	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	5	4	4	5	30	
31	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	4	4	29	
32	4	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	4	21	4	4	3	4	5	4	4	28	
33	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	4	5	4	33	
34	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	4	5	32	
35	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	4	5	32	
36	5	4	4	4	4	4	4	29	5	4	4	4	4	5	26	5	5	4	5	5	4	4	32	
37	4	4	4	2	3	1	4	22	3	3	3	3	3	4	19	5	5	4	4	4	5	3	25	
38	5	5	5	4	5	4	5	33	4	5	5	5	5	4	27	4	5	5	4	4	5	4	32	
39	5	5	4	4	5	5	4	32	4	4	4	4	5	3	24	3	4	4	3	5	5	4	28	
40	4	4	5	4	2	1	5	25	4	4	5	4	4	5	26	5	3	3	3	4	5	2	27	
41	4	4	4	4	3	2	4	25	4	3	5	3	2	3	20	3	5	4	2	5	5	4	28	
42	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	5	5	28	5	5	4	4	5	5	4	32	
43	4	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	5	4	4	31	
44	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	5	4	3	25	
45	4	4	4	5	5	3	3	29	3	4	5	5	5	4	25	4	3	4	4	4	5	3	27	
46	5	5	5	4	5	4	5	33	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	4	4	33	
47	4	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
48	4	3	5	5	3	2	5	27	5	5	3	3	3	4	25	3	3	4	3	5	4	2	24	
49	5	4	4	5	4	2	4	28	3	4	4	4	3	4	22	5	4	3	4	5	4	3	28	
50	4	5	5	4	4	3	5	30	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	5	4	4	29	
51	3	4	4	3	3	1	4	22	3	3	3	3	3	4	19	5	4	1	4	4	3	1	22	
52	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	3	28	
53	4	4	4	4	4	2	4	26	2	4	4	4	4	4	22	4	4	2	2	5	5	2	24	
54	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	
55	4	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
56	5	4	5	5	4	3	5	31	4	4	4	4	4	5	26	4	4	3	3	5	5	5	29	
57	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	14	
58	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	4	5	4	32	
59	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	
60	2	3	4	4	2	2	4	21	2	3	3	3	3	2	16	3	2	3	2	5	3	3	21	
61	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
62	4	3	4	4	3	3	3	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	4	27	
63	4	3	4	4	3	3	4	25	3	3	4	4	4	4	22	5	4	4	3	3	4	3	26	
64	4	3	4	4	4	3	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	5	4	4	28	
65	4	3	4	4	4	3	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	3	4	5	4	29	
66	4	3	4	4	3	3	4	25	3	4	4	4	4	4	23	4	3	4	3	4	3	3	24	
67	5	3	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	5	25	5	4	5	4	5	3	4	3	28
68	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	4	29	
69	5																							



Lampiran 11 r tabel

Tabel r Product Moment pada sig 0,05 (2-Tailed)

N	r	N	r	N	r	N	r	N
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161
2	0.950	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165
6	0.707	46	0.285	86	0.210	126	0.174	166
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.170	171
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.170	172
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174
15	0.482	55	0.261	95	0.200	135	0.168	175
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179
20	0.423	60	0.250	100	0.195	140	0.165	180
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184
25	0.381	65	0.240	105	0.190	145	0.162	185
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.160	188
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.160	189
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190
31	0.344	71	0.230	111	0.185	151	0.159	191
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195
36	0.320	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196
37	0.316	77	0.221	117	0.180	157	0.156	197
38	0.312	78	0.220	118	0.179	158	0.155	198
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200

Sumber: <https://tinyurl.com/DigilibFromEsaUnggul>

Hak Cipta :

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



Lampiran 12 t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81-120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Sumber: <https://tinyurl.com/JunaidiChaniagoWordpress>

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



Lampiran 13 F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Sumber: <https://tinyurl.com/JunaidiChaniagoWordpress>

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



Lampiran 14 Hasil Uji

Uji Validitas X₁

Hak Cipta :

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

		Correlations							Religiusitas (X ₁)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
X1.1	Pearson Correlation	1	.367**	.504**	-.009	.437**	.151	.501**	.569**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.921	.000	.100	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.367**	1	.502**	.210*	.577**	.525**	.505**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.022	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.504**	.502**	1	.464**	.536**	.316**	.932**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	-.009	.210*	.464**	1	.468**	.517**	.405**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.921	.022	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.5	Pearson Correlation	.437**	.577**	.536**	.468**	1	.740**	.483**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.6	Pearson Correlation	.151	.525**	.316**	.517**	.740**	1	.303**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.100	.000	.000	.000	.000		.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.7	Pearson Correlation	.501**	.505**	.932**	.405**	.483**	.303**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Religiusitas (X ₁)	Pearson Correlation	.569**	.720**	.792**	.615**	.855**	.751**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas X₂

		Correlations						Humanitarian Awareness (X ₂)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.713**	.591**	.559**	.555**	.466**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.713**	1	.698**	.621**	.612**	.537**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.591**	.698**	1	.653**	.629**	.411**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.559**	.621**	.653**	1	.580**	.359**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.5	Pearson Correlation	.555**	.612**	.629**	.580**	1	.525**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2.6	Pearson Correlation	.466**	.537**	.411**	.359**	.525**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Humanitarian Awareness (X ₂)	Pearson Correlation	.810**	.869**	.830**	.790**	.813**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Uji Validitas Y

		Correlations							Keputusan Pembelian (Y)
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	
Y.1	Pearson Correlation	1	.589**	.273**	.546**	.171	.462**	.259**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.062	.000	.004	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.2	Pearson Correlation	.589**	1	.328**	.318**	.252**	.429**	.528**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.006	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.3	Pearson Correlation	.273**	.328**	1	.244**	.127	.168	.452**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.007	.167	.067	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.4	Pearson Correlation	.546**	.318**	.244**	1	.200*	.301**	.375**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007		.029	.001	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.5	Pearson Correlation	.171	.252**	.127	.200*	1	.419**	.276**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.062	.006	.167	.029		.000	.002	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.6	Pearson Correlation	.462**	.429**	.168	.301**	.419**	1	.398**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.067	.001	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.7	Pearson Correlation	.259**	.528**	.452**	.375**	.276**	.398**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.002	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.685**	.723**	.585**	.657**	.539**	.680**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas X₁

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.831	7

Uji Reliabilitas X₂

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.887	6

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.772	7

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Uji Normalitas – P-P Plot & Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99841377
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.057
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolinearitas – Tolerance & VIF

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	6.445	1.712		3.764	.000	
	Religiusitas (X ₁)	.397	.097	.401	4.097	.000	.368 2.718
	Humanitarian Awareness (X ₂)	.431	.104	.407	4.160	.000	.368 2.718

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Uji Heteroskedastisitas – Scatterplot & Glejser

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.930	1.105		3.555
	Religiusitas (X ₁)	-.100	.063	-.238	-1.599
	Humanitarian Awareness (X ₂)	.016	.067	.036	.241

a. Dependent Variable: ABS_RES



Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.445	1.712		3.764	.000
	Religiusitas (X ₁)	.397	.097	.401	4.097	.000
	Humanitarian Awareness (X ₂)	.431	.104	.407	4.160	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Uji Parsial – Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.445	1.712		3.764	.000
	Religiusitas (X ₁)	.397	.097	.401	4.097	.000
	Humanitarian Awareness (X ₂)	.431	.104	.407	4.160	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Uji Simultan – Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	675.746	2	337.873	83.181	.000 ^b
	Residual	475.245	117	4.062		
	Total	1150.992	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Humanitarian Awareness (X₂), Religiusitas (X₁)

Uji Koefisien Determinasi – R-Squared (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.580	2.015

a. Predictors: (Constant), Humanitarian Awareness (X₂), Religiusitas (X₁)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Hak Cipta :

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