



© 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 *HALAL LIFESTYLE* DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA PADA GENERASI Z MUSLIM DI BOGOR



Disusun Oleh:

Diana Alifiah Candrayani/2104412002

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

SKRIPSI TERAPAN

PENGARUH *HALAL LIFESTYLE* DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA PADA GENERASI Z MUSLIM DI BOGOR



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

Disusun Oleh:

Diana Alifiah Candrayani/2104412002

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 mengumumkan 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 : Diana Alifiah Candrayani
NIM : 2104412002
Program Studi : Sarjana Terapan 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



Diana Alifiah Candrayani

NIM. 2104412002



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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Diana Alifiah Candrayani
NIM : 2104412002
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z Muslim di Bogor

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Ady Arman, S.Pd.I., M.Kom.I.
Anggota Penguji : Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si.

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 03 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Sabar Warsini S.E., M.M.
NIP. 196404151990032002



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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Diana Alifiah Candrayani
NIM : 2104412002
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal
Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa
pada Generasi Z Muslim di Bogor

Disetujui oleh Pembimbing

Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si.

NIP. 199201032023212042

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui Oleh

KPS Keuangan dan Perbankan Syariah

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.

NIP. 199201122018032001



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

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala kasih dan karunia-Nya yang memberikan kesehatan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi terapan ini yang berjudul **“Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z Muslim di Bogor”**. Skripsi terapan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Jurusan Akuntansi Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari masih banyak terdapat berbagai kekurangan dan kelemahan dalam membuat skripsi terapan ini, namun semua itu dapat diatasi karena dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga skripsi terapan ini dapat selesai. Dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT karena telah memberikan Rahmat serta karunia umurnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan ini dari awal hingga akhir.
2. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Keuangan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. selaku Kepala Program Studi Keuangan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta.
5. Bapak Ady Arman, S.Pd.I., M.Kom.I., selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan untuk menyempurnakan skripsi terapan ini.
6. Ibu Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan motivasi, bimbingan, arahan, serta saran selama masa penyusunan skripsi.
7. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
8. Kedua Orang Tua penulis, yaitu Bapak Darmanto dan Ibu Yani atas segala bentuk dukungan, baik secara moril maupun materil, yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi terapan ini. Ketulusan doa, perhatian, 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

pengorbanan yang Bapak dan Ibu curahkan menjadi sumber semangat dan kekuatan utama bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi terapan ini.

9. Adik penulis, yaitu Ari Fajar Saputro dan Azka Raditya berserta seluruh keluarga besar penulis yang selalu dan senantiasa mendoakan, memberikan semangat baik secara dukungan moril dan materil kepada penulis.
10. Kepada Muhammad Anditho, seseorang yang selalu ada untuk penulis. Terima kasih atas kesabaran dalam mendampingi setiap proses yang penulis lalui, atas dukungan yang tiada henti, semangat yang terus diberikan, serta keyakinan yang senantiasa ditanamkan bahwa penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga tuntas.
11. Sababat penulis, yaitu Ghizar Fau'ah. Terima kasih sudah menjadi pendengar setia dalam setiap cerita suka maupun duka, serta tak pernah lelah memberikan dukungan kepada penulis.
12. Teman-teman BS 8D yaitu Firli, Fitri, Salwa, Affina, dan Dinda. Terima kasih atas semangat kebersamaan, saling mendukung, dan ketekunan yang ditunjukkan hingga kita mampu menyelesaikan studi dengan baik.
13. Semua pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak dapat penulis sampaikan satu per satu namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.

Mengingat keterbatasan dan kemampuan penulis tentu penyusunan skripsi terapan ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, serta para pembaca dan pihak lainnya dapat mengambil manfaat dari penelitian ini.

Jakarta, 03 Juli 2025

Penulis,

Diana Alifiah Candrayani
NIM. 2104412002



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

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diana Alifiah Candrayani
NIM : 2104412002
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z Muslim di Bogor”

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 03 Juli 2025

Yang menyatakan

(Diana Alifiah Candrayani)



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

Diana Alifiah Candrayani
Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah

“Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z Muslim di Bogor”

ABSTRAK

Kesadaran Generasi Z Muslim akan pentingnya konsumsi makanan dan minuman halal saat ini semakin meningkat, termasuk dalam memilih produk minuman seperti kopi. Keberadaan label halal pada kemasan berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Meskipun demikian, sebagian besar konsumen masih belum mengetahui sejauh mana *halal lifestyle* dan label halal memengaruhi keputusan pembelian mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *halal lifestyle* dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kopi Janji Jiwa pada konsumen Generasi Z Muslim di Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen generasi Z muslim yang mengonsumsi kopi Janji Jiwa di Bogor, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *halal lifestyle* (X1) dan label halal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa pada Generasi Z Muslim di Bogor. Hasil ini juga menunjukkan bahwa para pelaku industri minuman kopi perlu memahami bahwa nilai-nilai kehalalan sangat berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Generasi Z Muslim.

Kata Kunci: *Halal Lifestyle*, Label Halal, Keputusan Pembelian



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

Diana Alifiah Candrayani
Shariah Finance and Banking Study Program

“The Influence of Halal Lifestyle and Halal Labels on Purchasing Decisions of Janji Jiwa Coffee Products Among Generation Z Muslim in Bogor”

ABSTRACT

Generation Z Muslim are increasingly aware of the importance of consuming halal food and beverages, including in choosing beverage products such as coffee. The existence of halal labeling on packaging plays an important role in increasing consumer confidence. However, not many people know the extent to which halal lifestyle and halal labeling influence their purchasing decisions. The objective of this study is to examine the impact of halal lifestyle and halal labels on purchasing decisions for Janji Jiwa coffee products among Generation Z Muslim consumers in Bogor City. The present study employs a quantitative approach, utilizing a survey method. The population of this study consists of Muslim Generation Z consumers who consume Janji Jiwa coffee in Bogor, with a sample size of 100 respondents. The sampling technique employed was non-probability sampling with purposive sampling method. The findings indicated that the simultaneous consideration of halal lifestyle variables (X1) and halal labeling (X2) exerted a positive and significant influence on the purchasing decisions of Generation Z Muslims residing in Bogor who consumed Janji Jiwa coffee. These results also demonstrate that coffee industry participants must acknowledge the significance of halal values in shaping the purchasing decisions of Generation Z Muslim consumers.

Keywords: Halal Lifestyle, Halal Label, Purchase Decision



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 ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Produk Halal	14
2.1.2 <i>Halal Lifestyle</i>	16
2.1.3 Label Halal.....	18
2.1.4 Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	35
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Objek Penelian	35
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian	37
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.7 Metode Analisis Data	43
3.7.1 Uji Instrumen	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.7.4 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Desain Penelitian	48
4.2 Hasil Penelitian (<i>Pre-Test</i>)	48
4.2.1 Uji Validitas (<i>Pre-Test</i>)	48
4.2.2 Uji Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>)	49
4.3 Gambaran Umum Responden	50
4.3.1 Jenis Kelamin	50
4.3.2 Usia	51
4.3.3 Pendidikan Terakhir	52
4.3.4 Pekerjaan	53
4.3.5 Domisili	54
4.3.6 Pendapatan per bulan	55
4.4 Hasil Penelitian	56
4.4.1 Uji Instrumen (Penelitian)	56
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	58
4.4.3 Uji Regresi Linear Berganda	61
4.4.4 Uji Hipotesis	63
4.4.5 Pembahasan Hasil	65
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	81



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 GAMBAR

Gambar 1. 1 Pemeringkatan Skor Indikator untuk 15 Negara Teratas.....	1
Gambar 1. 2 Frekuensi Konsumsi Kopi Gen Z, Millenials, dan Gen X	4
Gambar 1. 3 Daftar Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia.....	5
Gambar 1. 4 Nilai Penjualan Kopi Janji Jiwa di Indonesia Tahun 2019-2023	7
Gambar 1. 5 Logo Halal Kopi Janji Jiwa	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	51
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	52
Gambar 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	54
Gambar 4. 5 Domisili Responden	55
Gambar 4. 6 Pendapatan per Bulan Responden	56
Gambar 4. 7 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	59
Gambar 4. 8 Hasil P-Plot Uji Normalitas.....	60





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 TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Sub Kategori Kedai Kopi	6
Tabel 1. 2 Top Halal Index Sub Kategori Kedai Kopi	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Likert 5 Poin	38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kuesioner (Pre-Test)	48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner (Pre-Test)	50
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4. 7 Data Responden Berdasarkan Domisili	54
Tabel 4. 8 Data Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas (Penelitian)	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas (Penelitian)	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (T)	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (F)	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65

**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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner	87
Lampiran 3 Observasi ke Salah Satu Kedai Kopi Janji Jiwa di Bogor.....	87
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Responden.....	89
Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-Test.....	95
Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	98
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	101
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	103
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	104
Lampiran 10 Tabel Nilai t	105
Lampiran 11 Tabel Titik Persentase Distribusi F	106
Lampiran 12 Lembar Bimbingan.....	107



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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri halal di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, terutama di segmen makanan dan minuman halal. Laporan *State of the Global Islamic Economy Report (2023/2024)* mencatat bahwa pada tahun 2022, sekitar 2 miliar umat muslim dilaporkan telah mengeluarkan total US \$2,29 triliun di berbagai sektor termasuk makanan, farmasi, kosmetik, busana muslim, perjalanan, dan media. Mengingat populasi umat Islam yang sangat besar, Indonesia mempunyai kesempatan yang luas dalam rangka mengembangkan serta memasarkan produk halal. Meskipun Indonesia saat ini dikenal sebagai pasar utama konsumen halal, negara-negara yang sebagian besar penduduknya bukan muslim juga mulai menyadari potensi besar industri halal dan berupaya memanfaatkannya seiring dengan perubahan dinamika perdagangan global (Hikmah & Fahrullah, 2024).

Berdasarkan laporan *Global Islamic Economy Indicator 2023 Score*, Indonesia naik ke posisi ketiga dalam pemeringkatan global dari posisi keempat tahun lalu.

	GIEI	Islamic Finance	Halal Food	Muslim-Friendly Travel	Modest Fashion	Media and Recreation	Pharmaceuticals and Cosmetics
1 Malaysia	193.2	408.7	128.0	99.4	73.6	74.4	73.9
2 Saudi Arabia	93.6	194.9	48.5	99.7	34.3	37.5	34.3
3 Indonesia	80.1	93.2	94.4	60.7	66.3	52.4	58.6
4 United Arab Emirates	79.8	115.7	59.2	136.2	51.3	44.5	41.3
5 Bahrain	75.0	125.1	55.0	88.1	33.4	49.6	38.5
6 Iran	74.6	159.8	41.2	65.7	20.5	24.2	33.1
7 Türkiye	74.0	46.1	85.1	161.8	86.2	46.0	52.6
8 Singapore	62.7	52.2	67.7	50.3	64.3	72.6	79.9
9 Kuwait	60.2	123.6	42.2	28.7	20.0	26.8	29.2
10 Qatar	57.1	74.4	49.7	60.4	37.4	63.3	37.2
11 Jordan	52.2	65.6	49.4	88.3	22.1	26.3	39.9
12 Oman	50.0	78.7	48.3	48.0	20.1	24.4	26.3
13 Pakistan	47.5	69.6	51.4	38.4	27.5	17.2	28.6
14 South Africa	44.7	51.1	53.8	25.3	32.4	31.9	43.2
14 United Kingdom	44.7	46.0	43.7	28.1	47.7	54.4	48.2

Gambar 1. 1 Pemeringkatan Skor Indikator untuk 15 Negara Teratas

Sumber: *State of the Global Islamic Economy Report, 2023/2024*



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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan Gambar 1.1, Indonesia unggul di sektor makanan halal sebesar 94.4, lebih besar dibandingkan dengan Saudi Arabia yang menempati posisi kedua (*State of the Global Islamic Economy Report, 2023/2024*). Pada tahun 2022, Indonesia masih berada di posisi keempat dalam *Global Islamic Economy Indicator*, namun kini naik ke peringkat ketiga menyalip Bahrain dan Uni Emirat Arab dalam laporan terbaru SGIER 2023/2024. Selain itu, SGIER juga memproyeksikan bahwa konsumsi produk halal di dunia akan melampaui angka US \$2,8 triliun pada tahun 2025.

Di sektor makanan halal, Indonesia masih menjadi pasar terbesar (peringkat 2 global) dalam hal konsumsi (Liaqat, 2023). Menurut data *World Population Review* (2024), Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Sementara itu, menurut *Worldometer* (2025), Jumlah penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2025 diperkirakan mencapai 285.721.236 jiwa, dengan sekitar 87% atau sekitar 248 juta jiwa diantaranya beragama Islam. Dominasi penduduk muslim di Indonesia menegaskan pentingnya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk yang halal dan thayyib, sebagaimana yang diperintahkan Allah SWT dalam firman-Nya pada QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”

Ayat di atas menjelaskan perintah dalam proses pemilihan makanan yang akan dikonsumsi dengan memperhatikan kesehatan dan kualitasnya. Oleh karena itu, kehalalan suatu makanan adalah syarat paling penting yang harus diperhatikan oleh umat Islam, terutama dalam memilih makanan (Rojabiah *et al.*, 2023).

Dengan demikian, prinsip kehalalan menjadi salah satu pertimbangan utama dalam proses konsumen memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, pengambilan keputusan pembelian perlu dilakukan dengan cermat (Syah *et al.*, 2024). Selama proses tersebut, konsumen umumnya akan berusaha untuk mencari berbagai informasi yang mampu mendukung mereka



© 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

membuat keputusan pembelian secara tepat (Ernawati & Koerniawan, 2023). Saat memilih suatu produk, konsumen akan memerhatikan berbagai unsur yang dipertimbangkan sebelum melakukan pembelian. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan calon pembeli, seperti preferensi pribadi, tren pasar, kepercayaan terhadap merek, hingga aspek halal.

Pada penelitian terkait keputusan pembelian produk halal menurut (Hendradewi et al., 2021), (Paramita et al., 2022), (Ernawati & Koerniawan, 2023), (Amira & Muchtasib, 2023), (Risdiyani, 2023), (Ummah & Khusnul Fikriyah, 2024), (Najah et al., 2025), (Widiyanti & Harti, 2021), menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk halal sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti gaya hidup halal (*halal lifestyle*) dan label halal. Semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap *halal lifestyle* cenderung lebih mempertimbangkan aspek halal dalam keputusan pembelian mereka (Widyaningrum, 2020). Sebaliknya, hasil penelitian dari (Ismaulina, 2020), (Devanagiri & Rastini, 2022), (Jatlan et al., 2025), (Syah et al., 2024), (Sholeh et al., 2022), (Rizqoeni et al., 2024), menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli tidak selalu disebabkan oleh aspek halal, melainkan lebih dipengaruhi oleh aspek lain seperti reputasi merek, harga, promosi, serta kualitas produk.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Iqbal & Kusumawardhani (2023), dengan menyatakan bahwa dari keseluruhan jumlah 100 partisipan, hanya 3,9% yang menyebutkan aspek halal sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Sementara itu, 96,1% responden lainnya bergantung pada faktor lain yang tidak masuk dalam ruang lingkup penelitian ini.

Seiring dengan berkembangnya industri halal, perekonomian Indonesia juga terus berkembang, terbukti dengan meningkatnya keberadaan kedai kopi, pusat perbelanjaan, sampai klinik kecantikan (Nuha & Anwar, 2023). Peningkatan jumlah restoran dan kafe menunjukkan adanya persaingan yang ketat (Matula et al., 2024). Salah satu tren yang sedang berkembang adalah maraknya *coffee shop* yang tidak hanya memperdagangkan makanan cepat saji dan minuman kopi tren masa kini, tetapi juga menghadirkan suasana yang nyaman bagi pengunjung (Matula et al., 2024). Fenomena ini semakin populer dikalangan generasi muda, khususnya generasi Z yang kerap mengunjungi *coffee shop* untuk bersantai, berdiskusi,



© 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

mengerjakan tugas, maupun bekerja. Meluasnya keberadaan *coffee shop* juga ditandai oleh gaya hidup di kota besar, yang mementingkan kenyamanan dan kepuasan bagi para pengunjung (Nuha & Anwar, 2023).

Bogor termasuk kota di Jawa Barat yang memiliki tingkat kepadatan penduduk cukup tinggi dan semakin bertambahnya jumlah penduduk menandakan semakin naiknya konsumsi pangan, salah satunya adalah kopi (Sunandar & Aminda, 2022). Perkembangan *coffee shop* khususnya di Bogor semakin terlihat jelas. Banyak *coffee shop* yang mengusung konsep atau tema yang beragam untuk menarik minat pelanggan, baik muda maupun tua dari kalangan ekonomi menengah ke atas (Sunandar & Aminda, 2022). Pada tahun 2024, jumlah penduduk Kota Bogor diperkirakan sekitar 1,14 juta jiwa dan jumlah penduduk Kabupaten Bogor sekitar 5,66 juta jiwa (Darmawan, 2024). Adapun jumlah generasi Z berusia 13-28 tahun di Kota dan Kabupaten Bogor diperkirakan mencapai 2,1 juta jiwa (BPS, 2023).

Berikut adalah gambar tentang konsumsi kopi dikalangan Gen Z, Millenials, dan Gen X di Indonesia.



Gambar 1. 2 Frekuensi Konsumsi Kopi Gen Z, Millenials, dan Gen X
Sumber: GoodStats, 2025

Pada Gambar 1.2, hanya 10% Gen Z yang mengonsumsi 2-3 cangkir kopi per hari, jauh lebih rendah dibanding 37% Gen X yang mengonsumsi dalam jumlah yang sama atau lebih. Sementara itu, 22% Generasi Milenial tercatat mengonsumsi 2-3 cangkir kopi setiap hari. Meski Gen Z tidak mengonsumsi kopi secara rutin



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

setiap hari, kelompok usia ini merupakan yang paling sering menikmati kopi di momen-momen tertentu, dengan persentase sebesar 55%, lebih tinggi dibanding Gen X (27%) dan Generasi Milenial (43%) (Praafthi, 2025).

Konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat, menjadikan negara ini sebagai salah satu konsumen kopi terbesar di dunia. Berikut ini adalah ilustrasi wilayah dan negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia.



Gambar 1. 3 Daftar Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia

Sumber: www.dataindonesia.id, 2025

Berdasarkan data di atas, Indonesia masuk ke dalam daftar negara konsumsi kopi terbesar di dunia, dari data *US Department of Agriculture (USDA)* dalam (Mustajab, 2024). Indonesia menempati urutan kedelapan dengan konsumsi kopi sebanyak 4,8 juta kantong berukuran 60 kg. Pasar kopi diproyeksi akan berkembang pesat dalam beberapa tahun mendatang. Tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 6,9% diperkirakan akan mencapai \$96,48 miliar pada tahun 2029 (*International Coffee Organization*, 2025).

Salah satu contoh brand yang berhasil berkembang di tengah tren ini adalah Kopi Janji Jiwa. Pada tahun 2018, Billy Kurniawan mendirikan Kopi Janji Jiwa yang bernaung di bawah Jiwa Group, dan kedai ini dikenal luas sebagai salah satu yang paling populer di Indonesia (Jiwa Group, 2023). Merek ini mengusung konsep *coffee to go*, dimana konsumen dapat menikmati kopi di tempat atau membawanya pulang (Sari et al., 2023). Sampai detik ini, Kopi Janji Jiwa sudah memiliki lebih dari 900 lokasi yang tersebar di lebih dari 100 kota dan kabupaten di seluruh



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

Indonesia (Jiwa Group, 2023). Beroperasi di industri makanan dan minuman, Kopi Janji Jiwa berkompetisi dengan berbagai merek lain seperti Kopi Kenangan, Fore, dan Kulo. Dilansir dari *Top Brand Index* 2025, Kopi Janji Jiwa berhasil mendapatkan posisi teratas dalam penghargaan *Top Brand Award*.

Tabel 1. 1 Top Brand Index Sub Kategori Kedai Kopi

Nama Brand	2024	2025
Janji Jiwa	44,80%	42,10%
Kopi Kenangan	39%	39,30%
Fore	6,90%	9,50%
Kulo	5,40%	3,70%

Sumber: *Top Brand Index* 2024-2025

Berdasarkan data Tabel 1.1 di atas, membuktikan Kopi Janji Jiwa terus mempertahankan posisinya sebagai merek kopi favorit di Indonesia. Meskipun Kopi Janji Jiwa sempat mengalami penurunan indeks dari tahun sebelumnya dengan persentase 44,80%, merek ini tetap meraih posisi pertama dalam *Top Brand Award* Sub Kategori Kedai Kopi (2025). Pada tahun 2019, Kopi Janji Jiwa memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai “kedai kopi dengan pertumbuhan cepat dalam satu tahun” (Jiwa Group, 2023). Keberhasilan Janji Jiwa sebagai merek kuat juga tercermin dalam penilaian konsumen terhadap aspek halal, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1. 2 Top Halal Index Sub Kategori Kedai Kopi

Merek	Index	
Janji Jiwa	9,430	TOP HALAL
Kopi Kenangan	9,341	TOP HALAL
Excelso	8,790	TOP HALAL
Indomaret point coffe	8,568	
Starbucks	8,369	
Tomoro Coffee	8,293	

Sumber: IHATEC Marketing Research, 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan daftar merek kopi yang masuk dalam penilaian *Top Halal Index* 2024. Merek Janji Jiwa menempati peringkat tertinggi dengan skor indeks sebesar 9.430, disusul oleh Kopi Kenangan dengan skor 9.341,

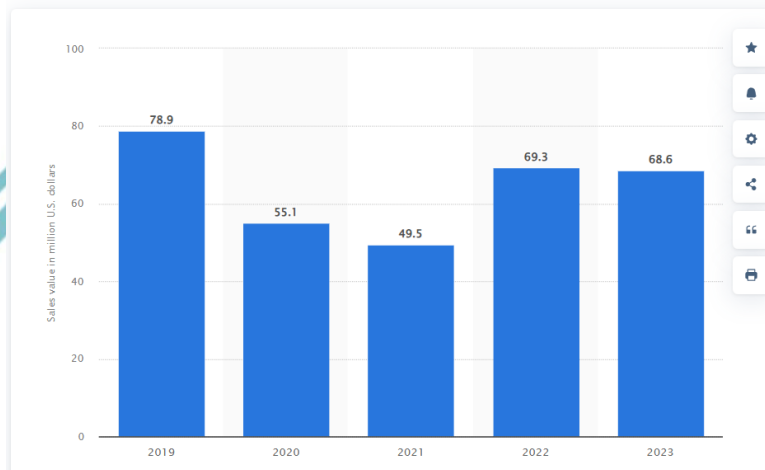


Hak Cipta :

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

serta Excelso dengan skor 8.790. Ketiga merek tersebut memperoleh predikat TOP HALAL. Sementara itu, merek Indomaret Point Coffee, Starbucks, dan Tomoro Coffee memperoleh skor lebih rendah dan tidak termasuk dalam kategori TOP HALAL (IHATEC, 2024). Pencapaian ini selaras dengan kinerja penjualan dan sebaran outlet Kopi Janji Jiwa, sebagaimana data di bawah.

Sales value of Kopi Janji Jiwa in Indonesia from 2019 to 2023
(in million U.S. dollars)



Gambar 1. 4 Nilai Penjualan Kopi Janji Jiwa di Indonesia Tahun 2019-2023

Sumber: Statista.com, 2025

Berdasarkan data di atas, pada tahun 2023 Kopi Janji Jiwa berhasil meraih penjualan sekitar 69 juta dolar AS, menurun dibandingkan tahun sebelumnya (Nurhayati, 2025). Selama periode ini, Janji Jiwa mencatat penjualan tertinggi sebesar 78,9 juta dolar AS pada tahun 2019. Berdasarkan data Bank Central Asia (BCA) *celebration* 2023, lokasi outlet Kopi Janji Jiwa di wilayah Bogor sendiri mencapai 23 outlet.

Menurut Herlyana dalam Nuha & Anwar (2023), kopi kini bukan hanya sekadar soal selera, melainkan tuntutan gaya hidup. Perkembangan industri kopi di Indonesia juga sejalan dengan tren gaya hidup halal yang semakin berkembang di berbagai negara. Halal kini tidak hanya menjadi aspek penting bagi umat muslim, tetapi juga telah menjadi pilihan bagi banyak orang yang mengutamakan kualitas, kebersihan, dan keamanan dalam produk yang mereka konsumsi dan gunakan (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2020). Istilah *halal lifestyle* atau gaya hidup halal kini semakin dikenal luas dan populer di kalangan masyarakat. Penggunaan produk halal merupakan salah satu contoh penerapan gaya hidup halal.



© 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

Namun, penerapan gaya hidup halal mencakup lebih dari sekadar penggunaan produk halal, melainkan juga meliputi berbagai bidang kehidupan lainnya. Kesadaran dalam menerapkan gaya hidup halal disertai dengan keinginan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui aktivitas seperti bekerja, bersosialisasi, berbelanja, mengelola keuangan, dan mengatur waktu sesuai prinsip syariah Islam (BPJPH, 2024).

Pada penelitian terkait *halal lifestyle* menurut (Fatmasaria et al., 2024), (Risdiyani, 2023), (Amira & Muchtasib, 2023), (Hoiriyah & Chrismardani, 2021), (Ummah & Khusnul Fikriyah, 2024), (Fathurrahman & Anggesti, 2021), menunjukkan temuan bahwa gaya hidup halal memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Artinya, semakin seseorang menerapkan gaya hidup yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, semakin besar kemungkinan mereka memilih produk yang memenuhi standar halal. Sedangkan hasil penelitian dari (Haro, 2020), (Nurudin, 2023), (Mutmainah & Romadhon, 2023), (Juliana et al., 2024), menghasilkan bahwa *halal lifestyle* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini disebabkan karena adanya pengaruh aspek lain seperti pencantuman label halal, citra merek, kualitas produk dan harga (Nurudin, 2023).

Hasil ini diperkuat oleh studi Juliana et al. (2024), dari 240 responden yang berasal dari seluruh Indonesia dengan mayoritas tinggal di Pulau Jawa, 83,6% mengatakan bahwa faktor-faktor lain seperti harga, label halal, dan faktor lainnya memiliki pengaruh, sementara pengaruh *halal lifestyle* hanya mencapai 6,1% dari keseluruhan responden.

Selain *halal lifestyle* yang berpotensi terhadap keputusan pembelian, berbagai faktor lain seperti label halal juga dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian produk. Ditengah persaingan sengit di industri *coffee shop*, Kopi Janji Jiwa menunjukkan komitmennya terhadap konsumen dengan menawarkan produk yang telah bersertifikat halal, sehingga para konsumen, khususnya konsumen muslim, dapat menikmati kopi dengan keyakinan akan kehalalannya (Jiwa Group, 2023). Kopi Janji Jiwa berhasil mengantongi sertifikat halal pada tahun 2021 dan mendapatkan status SJH dengan predikat sangat baik (halalmui, 2022). Berdasarkan data dari laman resmi halalmui.org, sertifikasi halal



© 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

Kopi Janji Jiwa tercatat dengan nomor registrasi 00230110871120. Berikut adalah gambar logo halal yang terdapat pada kemasan Kopi Janji Jiwa.



Gambar 1. 5 Logo Halal Kopi Janji Jiwa
Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

Di Indonesia, status kehalalan produk dievaluasi oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Label halal pada *coffee shop* menunjukkan bahwa produk kopi yang disajikan memenuhi standar kehalalan. Label halal biasanya berupa logo yang dicantumkan pada produk. Pada kopi Janji Jiwa logo halal terletak pada kemasan produknya. Dasarnya label halal menginformasikan kepada konsumen bahwa produk ini sesuai dengan standar halal dan zat yang terkandung di dalamnya tidak mengandung aspek yang melanggar ketentuan Islam, sehingga produk ini dapat dikonsumsi (Nurudin, 2023).

Pada penelitian terkait pengaruh label halal menurut (Astuti & Hakim, 2021), (Febrilyantri, 2022), (D. N. S. Ayu et al., 2022), (Aliza & Akbar, 2024), (Nuha & Anwar, 2023), (Hikmah & Fahrullah, 2024), dan (Abdurrahman et al., 2024), menunjukkan bahwa label halal memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya, kehadiran label halal pada suatu produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mendorong peningkatan penjualan karena label tersebut memberikan jaminan kehalalan produk tersebut (Anggadwita et al., 2020). Namun demikian, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Hendradewi et al., 2021), (Rektiansyah & Ilmiawan Auwalin, 2022), (Rosyada, 2022), (Jaelani et al., 2023), (Fadhilah et al., 2023), (Damayanti, 2023), (Dewi & Sukati, 2023) dan (Fathoni & Romdhoni, 2023),



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

penelitian ini menyimpulkan bahwa label halal tidak selalu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Banyak konsumen yang tidak menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama, karena faktor lain seperti gaya hidup konsumen dan pengaruh *brand ambassador* lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian (Imawan & Suryaningsih, 2023).

Hasil ini konsisten dengan penelitian Jaelani et al. (2023), yang mengungkapkan bahwa dari total 100 responden, sebanyak 98,24% menyatakan bahwa keputusan pembelian mereka lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti harga dan citra produk. Sementara itu, label halal hanya memengaruhi 1,76% dari seluruh responden dalam pengambilan keputusan pembelian.

Oleh karena itu, dengan adanya fenomena dan *research gap* berupa kesenjangan empiris atau perbedaan hasil penelitian sebelumnya. Maka, penulis perlu mengkaji ulang dengan fokus memakai variabel yang relevan dengan fenomena saat ini yaitu *halal lifestyle* dan label halal terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada generasi Z muslim yang masih terbatas. Adapun *novelty* atau kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap generasi Z muslim di Bogor sebagai subjek penelitian, serta pada produk Kopi Janji Jiwa sebagai objek penelitian. Sebelumnya penulis belum menemukan adanya penelitian yang secara spesifik menganalisis pengaruh *halal lifestyle* dan label halal terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada generasi Z muslim.

Penulis memilih untuk fokus pada kelompok generasi Z sebagai sampel penelitian, karena memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi mereka, termasuk dalam hal preferensi terhadap produk halal dan penerapan *halal lifestyle*. Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, penulis berminat untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa oleh generasi Z muslim. Maka dari itu, penelitian ini berjudul “Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z muslim di Bogor”.

1.2 Rumusan Masalah

Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar, memiliki kesempatan emas untuk mengembangkan sektor industri halal, khususnya sektor



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

makanan dan minuman. Saat ini *coffee shop* sedang populer dikalangan generasi muda sebagai tempat untuk menikmati kopi, juga sebagai tempat untuk berdiskusi, belajar, dan bekerja. Kopi Janji Jiwa sebagai salah satu produk kopi ternama, telah memperoleh sertifikasi halal dari MUI dan meraih berbagai penghargaan. Istilah *halal lifestyle* atau gaya hidup halal semakin dikenal luas di masyarakat dan mulai mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi makanan dan minuman yang halal. Label halal pada suatu produk harusnya menjadi faktor utama dalam memilih produk, terutama untuk barang yang dikonsumsi rutin seperti kopi. Namun, dalam realitanya banyak konsumen *coffee shop* termasuk pelanggan Kopi Janji Jiwa, tidak selalu mengutamakan label halal sebagai kriteria utama saat pemilihan kopi. Mereka lebih mempertimbangkan faktor lain seperti harga, kualitas produk, citra merek, dan tren sosial dibandingkan dengan status kehalalan produk. Data tersebut divalidasi melalui penelitian (Rizqoeni et al., 2024) dan (Sholeh et al., 2022) yang menunjukkan alasan yang mendasari keputusan pembelian produk, konsumen lebih mempertimbangkan harga, kualitas produk, dan citra merek, dari pada status kehalalan produk yaitu label halal.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran akan pentingnya *halal lifestyle* dengan perilaku konsumsi aktual. Meskipun konsep halal semakin populer, masih banyak konsumen tetap mengutamakan faktor lain dalam membeli kopi. Penelitian sebelumnya yang membahas pengaruh *halal lifestyle* dan label halal terhadap keputusan pembelian, sebagian besar berfokus pada produk makanan kemasan, restoran cepat saji, atau kosmetik. Oleh sebab itu, riset ini bertujuan untuk meneliti apakah *halal lifestyle* dan label halal benar-benar memengaruhi keputusan pembelian generasi Z pada Kopi Janji Jiwa atau terdapat faktor lain yang lebih dominan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada penjelasan tentang rumusan masalah dalam penelitian, penulis menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z muslim di Bogor?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z muslim di Bogor?



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

3. Bagaimana pengaruh *halal lifestyle* dan label halal secara simultan terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z muslim di Bogor?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z muslim di Bogor.
2. Menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z muslim di Bogor.
3. Menganalisis pengaruh *halal lifestyle* dan label halal terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z muslim di Bogor.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan mengenai perilaku konsumen terutama dalam konteks produk halal. Dengan menganalisis pengaruh label halal dan *halal lifestyle* terhadap keputusan pembelian, penelitian ini diharapkan dapat menguji dan memperkuat teori-teori yang ada mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta memberikan perspektif baru dalam studi tentang konsumsi produk makanan halal di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku industri produk makanan halal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai acuan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan memperhatikan pentingnya label halal dan gaya hidup halal konsumen. Selain itu, penelitian ini juga berguna bagi pelaku industri produk makanan halal dalam memahami preferensi Generasi Z, sehingga mereka dapat menyesuaikan produk dan harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan pasar.



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

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini menguraikan secara garis besar isi dari setiap bab beserta subbabnya yang saling terkait. Adapun susunan sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini terdiri dari enam sub-bagian. Bagian latar belakang menjelaskan penyebab munculnya masalah dalam penelitian dengan dukungan beberapa teori dan pengamatan pribadi. Bagian rumusan masalah menguraikan permasalahan yang akan di teliti. Bagian pertanyaan penelitian memaparkan pertanyaan yang harus dijawab melalui hasil penelitian. Bagian tujuan penelitian menjelaskan apa yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Bagian manfaat penelitian menguraikan harapan dan hasil yang ingin diperoleh dari penelitian. Terakhir, bagian sistematika penulisan memberikan gambaran singkat tentang isi setiap bab dalam skripsi agar pembaca lebih mudah memahami keseluruhan isi skripsi.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka terdiri dari empat bagian utama. Bagian landasan teori menjelaskan tentang konsep dan teori yang akan digunakan dalam penelitian, yang diambil dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal ilmiah. Bagian penelitian terdahulu menyajikan referensi dari penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Bagian kerangka berpikir menjelaskan tentang hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Sementara itu, bagian hipotesis menyajikan asumsi sementara yang akan diuji berdasarkan hasil penelitian.

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian terdiri atas tujuh bagian utama yang menjelaskan berbagai pendekatan yang diterapkan dalam studi ini, yaitu tipe penelitian, objek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, cara pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



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

Bab hasil penelitian dan pembahasan akan menguraikan temuan penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya. Bagian hasil penelitian memaparkan rancangan penelitian, data yang terkumpul, dan hasil pengolahan data. Sementara itu, bagian pembahasan membahas analisis data yang diperoleh selama proses penelitian, memberikan interpretasi dan penjelasan terkait temuan.

BAB V :PENUTUP

Bab penutup berisi simpulan yang merangkum hasil penelitian sebagai jawaban atas hipotesis dan pertanyaan penelitian yang telah diajukan sebelumnya. Selain itu, bab ini juga menyajikan saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian serta rekomendasi bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian yang sama atau serupa di masa mendatang,

**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

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Halal lifestyle berperan dalam mendorong konsumen, khususnya Generasi Z Muslim di Bogor, untuk memilih produk kopi Janji Jiwa. Meskipun nilai prinsip hemat tampak dominan dalam perilaku konsumen, namun aspek kesederhanaan belum sepenuhnya diterapkan dalam konsumsi produk kopi. Ini menunjukkan adanya kecenderungan konsumen untuk tetap mengikuti tren atau gaya hidup tertentu meski dalam bingkai kesadaran halal.

Selain itu, keberadaan label halal terbukti sangat berpengaruh dalam meningkatkan keyakinan dan keputusan pembelian. Konsumen cenderung menempatkan label halal sebagai prioritas utama dalam memilih produk, menunjukkan bahwa aspek visual kehalalan pada kemasan memiliki daya tarik kuat. Namun demikian, masih terdapat kelemahan dalam aspek pencarian informasi lebih lanjut, karena sebagian besar konsumen hanya mengandalkan apa yang tertera di kemasan tanpa melakukan verifikasi tambahan.

Secara keseluruhan, kombinasi antara penerapan gaya hidup halal dan keberadaan label halal memberikan kontribusi yang kuat terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel ini menjadi indikator penting yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menentukan pilihannya, khususnya bagi Generasi Z Muslim. Meski demikian, masih terdapat faktor-faktor lain di luar kedua variabel tersebut yang juga memengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat menjadi fokus bagi penelitian selanjutnya.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak terkait, khususnya produsen kopi Janji Jiwa, konsumen Muslim dari kalangan Generasi Z, serta peneliti selanjutnya.



© 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

Bagi produsen kopi Janji Jiwa, disarankan untuk terus mencantumkan label halal secara jelas dan mencolok pada kemasan produk sebagai bentuk transparansi dan jaminan kehalalan. Selain itu, strategi promosi dapat dikembangkan dengan mengangkat nilai-nilai *halal lifestyle*, seperti kesederhanaan, kebersihan, dan kejujuran dalam proses produksi. Produsen juga dapat mengedukasi konsumen tentang pentingnya konsumsi produk halal melalui media sosial yang menyasar Generasi Z yang lebih *digital minded*.

Bagi konsumen yaitu Generasi Z muslim, diharapkan tetap mempertahankan kesadaran dalam menjalankan halal lifestyle dimana tidak hanya dalam konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen juga disarankan untuk lebih aktif dalam mencari informasi terkait kehalalan produk yang dikonsumsi dan tidak hanya bergantung pada label halal saja. Dengan semakin selektif dan sadar dalam memilih produk yang dikonsumsi, konsumen turut mendorong pelaku industri untuk terus menyediakan produk yang sesuai syariat Islam.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel lain seperti efektivitas promosi, kenyamanan tempat, persepsi harga, kelengkapan fasilitas penunjang, yang mungkin turut mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, penelitian juga dapat diperluas ke wilayah atau segmen konsumen lain, seperti generasi milenial untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Hasil penelitian ini hendaknya dapat digunakan sebagai acuan dan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.



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 PUSTAKA

- Abdurrahman, Fithrah, A., Arimar, J., & Qomariah, L. (2024). Dampak Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Communnity Development Journal*, 5(1), 257–260.
- Aji, G., Abidah, N., & Reksa Zakiyya, H. (2023). Representasi Gaya Hidup Halal Dalam Media Sosial Di Kalangan Generasi Milenial. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 2(6). <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>.
- Aliza, P., & Akbar, N. (2024). The influence of brand image, halal label, and religiosity on the purchasing attitude of local halal cosmetics in Bogor. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 169–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art10>
- Amalia, R., & Rozza, S.E., M.M., D. S. (2022). Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta). *Account*, 9(2), 1680–1690. <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4688>
- Amira, Y., & Muchtasib, B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslim di Indonesia. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 4(1), 1–6.
- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 227–242. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5897>
- Aprilliani, A. N., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh halal awareness dan label halal terhadap keputusan pembelian pada e-commerce tokopedia di Indonesia. *Prosding SNAM PNJ*.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6719>
- Ayu, D. N. S., Broto, B. E., & Siregar, N. A. (2022). The Influence of Promotional



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

- Strategies, Product Design, and Halal Labels on the Purchase Decision of King Kebab and Rantauprapat Burger Culinary. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 5(2), 9257–9268.
- Ayu, S. A., & Pramaisella, K. F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Brand Ambassador Terhadap Brand Image Kopi Janji Jiwa Jl. Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 81–96. <https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1665>
- Bachtiar, T. S., & Muchtasib, A. B. (2022). Pengaruh Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan PayLater dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Generasi Milenial Muslim Pengguna ShopeePayLater di Jabodetabek). *Prosiding SNAM PNJ*.
- Bawafie, A. A. A., Tompson, M. D., & Muin, R. (2024). Industri Halal: Paradigma Tauhid Mewujudkan Rantai Nilai Halal Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(02), 398–405. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v6i02.3972>
- BPJPH. (2024). *No Title*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. <https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph>
- BPS. (2023). *Penduduk Kota Bogor Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2014-2023*. Badan Pusat Statistik Kota Bogor. https://webapi.bps.go.id/v1/api/list/model/data/lang/ind/domain/3271/var/31/key/WebAPI_KEY
- Damayanti, S. T. (2023). The Influence of Halal `Labels, Promotion, Service Quality, Brand Image, and Price on Consumer Decisions in Buying Medicines at the Pharmacy in Jember Regency. *International Conference on Islamic Economic (ICIE)*, 2(1), 103–121. <https://doi.org/10.58223/icie.v2i1.261>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Darmawan, A. D. (2024). *Persentase Penduduk di Kota Bogor Menurut Kategori Kelompok (Data 2024)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/46989a99553cb8e/23-82-penduduk-kota-bogor-masih-anak-anak-update-2024->
- Devanagiri, D. G. A. W. A., & Rastini, N. M. (2022). PERAN BRAND IMAGE



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

DALAM MEMEDIASI PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION (STUDI PADA KONSUMEN KOPI JANJI JIWA DI KOTA DENPASAR) Dewa Gede Agung Wikrama Aditya Devanagiri 1 Ni Made Rastini 2 Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 11(11), 1873–1893. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i11.p02>

Dewi, N. A. N., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Brand Image, Green Markting dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Batam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(6), 3096–3102.

Eko Hertanto. (2017). *Perbedaan skala likert lima skala dengan modifikasi skala likert empat skala* (2nd ed.). Metodologi Penelitian.

Ernawati, S., & Koerniawan, I. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215.

Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Nurjanah, T. (2023). Meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik melalui kepercayaan merek , kualitas produk , dan label halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(2), 319–328.

Fathoni, M. W. R., & Romdhoni, A. H. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal , Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Cabang Gumpang Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*, 2(02), 291–295.

Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 113–127. <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.125>

Fatmasaria, E., Rahmab, T. I. F., & Budi Dharma. (2024). The Influence of Social Environment and Halal Awareness on Halal Food Purchasing Decisions with Halal Lifestyle as an Intervening Variable (Case Study of Muslim Communities in Toba Regency). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 15(3), 617–632. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v15i3.17455>

Febrilyantri, C. (2022). The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(2),



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

- 106–125. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i2.3946>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Group, J. (2023). *Tahun Kelima, Start Up Jiwa Group Bawa Konsep Keseruan Baru*. Jiwa Group. <https://jiwagroup.com/id/whaton/detail/73/TahunKelimaStartUpJiwaGroupBawaKonsepKeseruanBaru>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- halalmui. (2022). *Tak Hanya Kantongi Sertifikat Halal, Janji Jiwa Juga Dapatkan Status SJH dengan Predikat Sangat Baik*. Halalmui.Org. <https://halalmui.org/tak-hanya-kantongi-sertifikat-halal-janji-jiwa-juga-dapatkan-status-sjh-dengan-predikat-sangat-baik/>
- Hamdi, B. (2022). Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah). *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>
- Hanipradja, R. A. S. A., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2022). PERILAKU KONSUMEN KOPI DI MASA PANDEMI COVID-19 (Suatu Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1338. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7992>
- Haro, A. (2020). *Are Zoya Muslim Fashion Products as Halal Lifestyle in Consumer Purchase Decision?* 144(Afbe 2019), 201–204. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200606.033>
- Haro, A., Kushariyadi, K., Fauziyah, N. N., & Judijanto, L. (2024). *Perilaku Konsumen : Esensi, Posisi, dan Strategi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hendradewi, S., Mustika, A., Darsiah, A., Tinggi, S., & Trisakti, P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/indexDOI:https://doi.org/10.30647/jip.v26i2>



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

- Hikmah, J. W., & Fahrullah, A. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 1(1), 140–157. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Hoiriyah, Y. U., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2), 115–120. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11590>
- IHATEC. (2024). *Top Halal Index 2024*. IHATEC Marketing Research. <https://ihatec-mr.com/top-halal-index-2024/>
- Ilham, M., Saifullah, S., & Kartika, N. R. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Upaya Labelisasi Halal Di Indonesia. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(2), 58–66. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i2.2326>
- Imawan, N. A., & Suryaningsih, S. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk (Studi Kasus Pada Young Consumer Muslim Penggemar Grup Itzy Di Indonesia). *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 271–285.
- International Coffee Organization. (2025). The Business Research Company. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/coffee-global-market-report>
- Iqbal, M., & Kusumawardhani, M. D. (2023). Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 07(01), 23–32. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol7.iss1.art4>
- Ismaulina, I. (2020). Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 185–197. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23736>
- Jaelani, A. H., Alrasyid, H., & Mawardi, M. . C. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE LABEL HALAL DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE GACOAN (Studi Kasus Masyarakat Kota Malang) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Jurnal*



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

Ilmiah Ekonomi Islam Dan General, 7(02).

Jatlan, N. R., Zahidah, F. K., & Muhtadien, A. Z. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus Generasi Milenial & Generasi Z di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 3893–3902.

Juliana, J., Adamsah, B., Utami, S. A., Menne, F., Ismail, S., & Inomjon, Q. (2024). Does the Halal Label Mediate Consumer Purchasing Decisions? *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 10(1), 67–90. <https://doi.org/10.20473/jebis.v10i1.53969>

Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>

Khairunnisa, S., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Belanja di Aplikasi Tokopedia Dengan Kemudahan Sebagai Variabel Moderasi. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3.

Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). *Kusnul Khotimah 1)*, Andri Nurtantiono 2).* 4, 1–10.

Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Prenada Media.

Liaqat, I. A. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report*. DinarStandard. <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>

Matula, S., Rizal, & Hasan, Y. (2024). PEMBELIAN PADA WARUNG KOPI NADHIFA PAPPING THE INFLUENCE OF PRICE AND LIFESTYLE ON PURCHASING DECISIONS S-1 Administrasi Bisnis , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Mandiri Gorontalo , Kota Gorontalo , Indonesia Email : silfanamantulu13@gmail.co. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis (JIMB)*, 12(2), 116–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.47918/jimb.v12i2.1500>

Muslim Judicial Council Halaal Trust. (2024). Muslim Judicial Council Halaal



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

- Trust. <https://mjchalaaltrust.co.za/>
- Muslim Population by Country 2024. (2024). <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Mustajab, R. (2024). *Data Negara dan Wilayah dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia pada 2023/2024*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/data-negara-dan-wilayah-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-di-dunia-pada-20232024>
- Mutmainah, & Romadhon, M. R. (2023). Influence of Halal Lifestyle, Islamic Branding, and Social Media Marketing on Muslim Fashion Purchasing Decisions. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 4(2), 158–171. <https://doi.org/10.20473/ajim.v4i2.49714>
- Najah, A., Yuliati, L., Subagio, N. A., & Musaiyarah, A. (2025). Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsum Muslim di Kabupaten Jember. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 6(1), 39–50.
- Nuha, B. L., & Anwar, M. K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1118–1127. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4442>
- Nuraini, D. (2025). Analisis Hubungan antara Halal Branding dan Positioning Brand pada Pasar Muslim Global. *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 6(2), 235–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/ecoiqtishodi.v6i2.5072>
- Nurhayati, H. (2025). *Sales value of Kopi Janji Jiwa in Indonesia 2019-2023*. Statista.Com. <https://www.statista.com/statistics/1389817/indonesia-kopi-janji-jiwa-sales-value/>
- Nurudin. (2023). Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Economic, Management and Business*, 2(1), 1–14.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu*



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

Sosial, 3(2), 660–669.

Praafthi, S. S. (2025). *Apa Benar Gen Z Jadi Generasi yang Paling Sering Konsumsi Kopi?* GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/apa-benar-gen-z-jadi-generasi-yang-paling-sering-konsumsi-kopi-mXDK0>

Rachmatunnissa, D., & Deliana, Y. (2020). Segmentasi Konsumen Coffee Shop Generasi Z Di Jatinangor. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 90. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i1.2686>

Ramdhan, M. (2021). *Metodologi Penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Rektiansyah, R. R., & Ilmiawan Auwalin. (2022). Analisis Dampak Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Niat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja di Sumenep Melalui Sikap. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(5), 600–616. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp600-616>

Risdiyani, A. (2023). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Halal Lifestyle terhadap Penilaian Produk Kosmetik dan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Cross-Border*, 6(1), 95–106.

Rizqoeni, V., Misidawati, D. N., Islam, U., Uin, N., & Wahid, K. H. A. (2024). Pengaruh Desain Produk , Harga , dan Citra Merek terhadap Preferensi Konsumen pada Produk Fashion Nafasa Busana Muslimah Kedungwuni perekonomian negara . Perkembangan industri fashion telah banyak mengalami perubahan berinovasi dalam hal desain produk , m. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(4), 24–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i4.1862>

Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>

Rojabiah, N., Suryani, S., & ... (2023). Korelasi Makanan Halal Dan Thoyib Terhadap Kesehatan Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Korelasi Makanan Halal Dan Thoyib Terhadap Kesehatan Dalam Perspektif Al-Qur'an*, 3(1), 1–7. <https://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/view/68%0Ahttps://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/download/68/55>

Rosyada, M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 213–218. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.868>
- Salam, D. Q. A., & Makhtum, A. (2022). Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kabupaten Sampang. *Qawwam: The Leader's Writing*, 3(1), 10–20. <https://www.jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/110>
- Sari, L. P., Rahmi, H. M., Hardianti, S. T., & Purwani, R. S. (2023). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Janji Jiwa Pada Generasi Milenial Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 8(02), 259–263. <https://doi.org/Doi.org/10.37366/jespb.v8i02.803>
- Selvi, & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.15>
- Sholeh, I. I., Achsa, A., & Ikhwan, K. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 2(3), 478–488. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/jeam>
- Simanihuruk, P., Zilfana, Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., Purba, M. L. B., Hidayat, D. R., & Rachman, S. H. (2023). *MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN : Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siregar, D. P., & Juliana Putri. (2024). Strategi Pemasaran dan Urgensi Sertifikasi Halal di Era Digital. *Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 29–44. <http://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/2486%0A> <http://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/download/2486/1955>
- Siregar, R., Aini, I., & Sagita, N. (2024). Pengaruh Trend Halal Lifestyle dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Belanja Mahasiswa. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(3), 390–399.



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

- <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.34308/eqien.v13i03.1843>
- Sugiyono, P. . (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. . (2019). *metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan)* (18th ed.). Metode Penelitian Pendidikan.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suleiman, A. (2021). *Halal Marketing- All You Need to Know*. Muslim Ad Network. https://muslimadnetwork.com/2021/04/27/halal-marketing-explained/?utm_source=chatgpt.com
- Sunandar, D., & Aminda, R. S. (2022). Analisis Kompetitif Usaha Kedai Kopi Sebagai Salah Satu Peluang Usaha di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di C'Shalma Coffee Shop). *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 2(1). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v2i1.5038>
- Suyatno, A., Sukardi, K., Tontong, S., Hakim, I., & Asdi, A. (2023). Intervensi Pembeli Terhadap Labelisasi Halal dan Kualitas Produk: Literature Review. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1257–1269. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5085>
- Syah, M. F., Wijastuti, R. D., & Iriani, L. D. (2024). FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUCT J . CO DI KOTA SORONG. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip (JMIE)*, 1(2), 398–406.
- Top Brand Award Sub Kategori Kedai Kopi. (2025). Top Brand Award. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=730
- Ummah, H. F., & Khusnul Fikriyah. (2024). PENGARUH HALAL LIFESTYLE DAN PRODUCT BUNDLING TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN MEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE HALAL (Studi Kasus Masyarakat Muslim di Jawa Timur). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(02), 189–206.



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

- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). PENGARUH SELF-ACTUALIZATION DAN GAYA HIDUP HANGOUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI KEKINIAN. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–59. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50>
- Widodo, V. M., & Lontoh, S. O. (2023). Gambaran konsumsi minuman pada konsumen dewasa muda di kedai kopi kawasan Jakarta Timur. *Tarumanagara Medical Journal*, 5(1), 167–171. <https://doi.org/10.24912/tmj.v5i1.24402>
- Widyaningrum, P. W. (2020). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 4(2), 83–98. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2016.6\(2\).%25p](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2016.6(2).%25p)
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Worldometer. (2025). *World population statistics*. Worldometer. <https://www.worldometers.info>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Yanuar, R., Anugerah, E., & Priatna, W. B. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Aranya Coffee And Forest. *Paradigma Agribisnis*, 6(1), 44. <https://doi.org/10.33603/jpa.v6i1.8428>



© 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



LAMPIRAN

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

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *HALAL LIFESTYLE* DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA PADA GENERASI Z MUSLIM DI BOGOR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Para responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Diana Alifiah Candrayani mahasiswi Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi terkait "**Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z Muslim di Bogor**".

Pengisian kuesioner akan memakan waktu 5-10 menit. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan:

1. Generasi Z Muslim berusia 16-28 tahun
2. Berdomisili di Bogor
3. Pernah membeli dan/atau mengonsumsi produk Kopi Janji Jiwa

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Anda dalam berpartisipasi dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Semua informasi yang Anda berikan akan terjamin kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan untuk keperluan penelitian. Jika ada pertanyaan lebih lanjut, boleh menghubungi saya melalui:

- Email: diana.alifiah.candrayani.ak21@mhsw.pnj.ac.id
- WhatsApp: <https://wa.me/6289660257046>

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Bogor, Mei 2025

Penulis

Diana Alifiah Candrayani
NIM. 2104412002



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

A. Tahap Screening

Mohon diperhatikan, jika jawaban responden untuk pertanyaan dibawah ini adalah “Ya”, maka responden dapat melanjutkan menjawab pernyataan berikutnya. Namun, jika “Tidak” mohon untuk tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

No	Pertanyaan	Tanggapan Responde	
		Ya	Tidak
1.	Saya adalah seorang Muslim		(Jika tidak, mohon untuk tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
2.	Saya termasuk Gen Z yang berusia 13 hingga 28 tahun		(Jika tidak, mohon untuk tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
3.	Saya pernah membeli dan/atau mengonsumsi Kopi Janji Jiwa		(Jika tidak, mohon untuk tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
4.	Saya berdomisili di Bogor		(Jika tidak, mohon untuk tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)

B. Identitas Responden

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Nama	
2.	Jenis Kelamin	Perempuan Laki-laki
3.	Rentang Usia	16-18 tahun 19-22 tahun 23-28 tahun
4.	Pendidikan terakhir	SMP/MTS SMA/SMK/MA Diploma (D1, D2, D3) Sarjana (S1, S.Tr) Lainnya
5.	Domisili saat ini	Kota Bogor Kabupaten Bogor
6.	Status saat ini	Pelajar Mahasiwa Karyawan/Pegawai Wirausaha Lainnya
7.	Pendapatan per Bulan	< Rp 500.000



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

	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
	Rp 2.000.000 – Rp. 3.000.000
	Rp 3.000.000 – Rp. 4.000.000
	> Rp 4.000.000

C. Pernyataan Kuesioner

Petunjuk Pengisian:

- 1) Bacalah dengan cermat beberapa pernyataan yang diajukan di bawah ini
- 2) Responden dipersilahkan memilih jawaban yang disediakan dengan skala nilai 1 s.d 5 sesuai dengan pilihan anda.
- 3) Tidak ada jawaban benar maupun salah pada setiap pertanyaannya, sehingga sebisa mungkin pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

Keterangan:

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

I. Halal Lifestyle

Dimensi	No	Pernyataan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	ST 5
Sederhana	1	Saya memenuhi kebutuhan hidup secara sederhana dengan membeli barang seperlunya					
Halal	2	Saya selalu berusaha mengonsumsi produk yang sesuai dengan syariat Islam					
Baik	3	Saya mengonsumsi segala sesuatu yang tidak merusak tubuh dan akhlak					
Bersih	4	Saya memperhatikan kebersihan barang yang saya konsumsi					
Hemat	5	Saya berusaha membeli produk sesuai kebutuhan					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

II. Label Halal

Dimensi	No	Pernyataan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	ST 5
Label Halal	1	Saya mengetahui logo label halal resmi yang terdapat pada produk pangan.					
	2	Keberadaan logo halal memudahkan saya mengenali kehalalan suatu produk.					
Mencari Informasi Produk Halal	3	Saya selalu mencari informasi mengenai status halal sebelum membelinya.					
	4	Saya selalu berusaha mengonsumsi produk sesuai syariat Islam.					
Memastikan Kandungan Produk	5	Saya merasa yakin produk yang berlabel halal tidak mengandung bahan haram.					
	6	Saya mengonsumsi produk yang tidak merusak tubuh dan akhlak saya sebagai seorang Muslim.					
Kualitas Terjamin	7	Saya percaya bahwa produk yang memiliki label halal juga memiliki kualitas yang baik.					
	8	Saya lebih memilih produk halal karena telah melewati proses pemeriksaan yang ketat.					
Label halal sebagai prioritas	9	Saya menjadikan label halal sebagai salah satu pertimbangan utama dalam memilih produk.					
	10	Jika ada dua produk sejenis, saya akan memilih yang memiliki label halal terlebih dahulu.					

III. Keputusan Pembelian

Dimensi	No	Pernyataan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	ST 5
Pengenalannya Kebutuhan/Permasalahan	1	Saya menyadari pentingnya memilih produk pangan yang memiliki label halal sebelum membelinya					
	2	Saya merasa lebih aman saat mengonsumsi produk yang memiliki sertifikasi halal, seperti Kopi Janji Jiwa.					

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

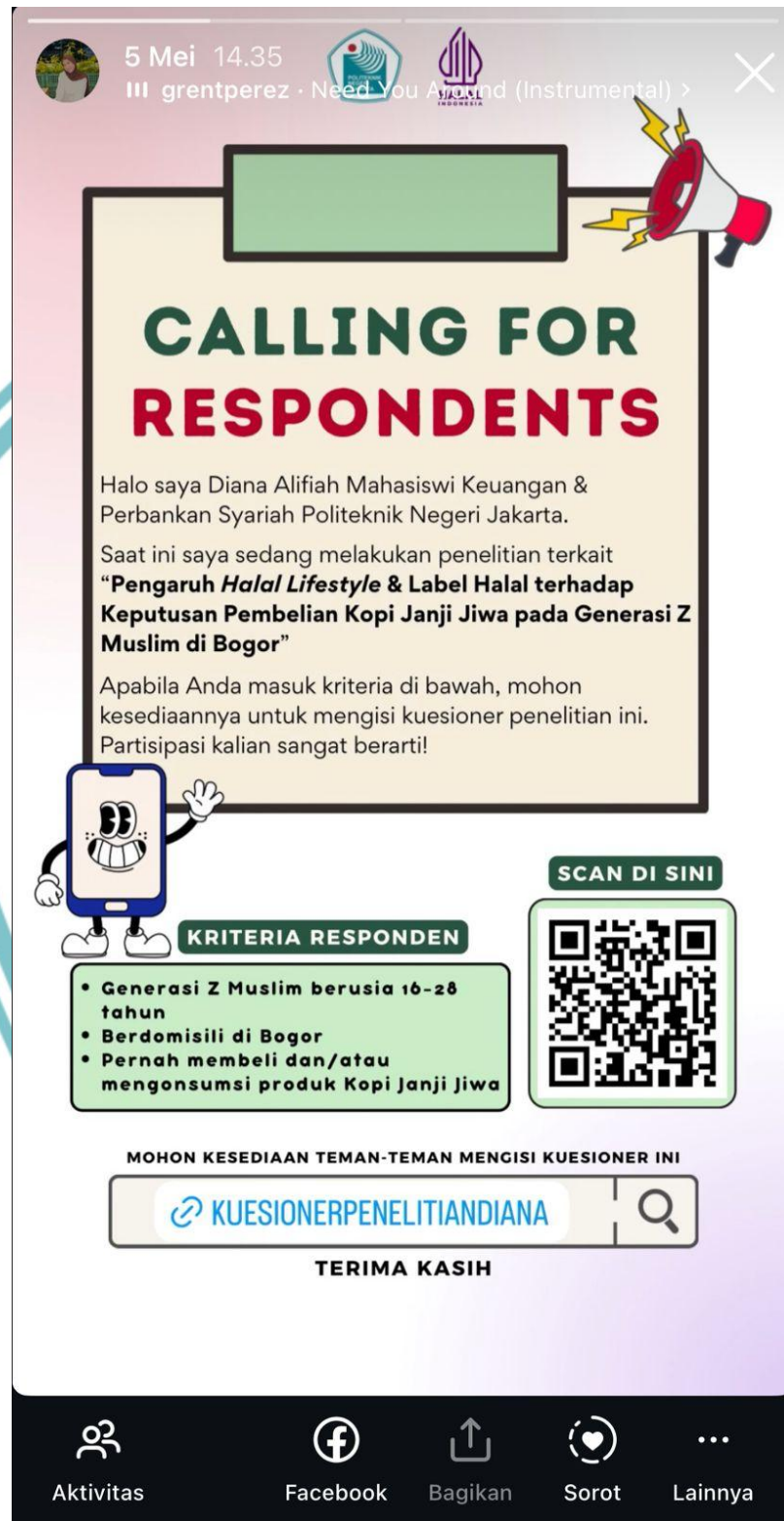
Hak Cipta :

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

Mencari Informasi Produk	3	Sebelum membeli kopi, saya mencari tahu informasi tentang produk yang ditawarkan					
	4	Saya lebih yakin membeli kopi setelah melihat info halal di media sosial atau website					
Evaluasi Alternatif	5	Saya memprioritaskan membeli kopi yang berlabel halal dibanding merek lain.					
	6	Saya membandingkan Kopi Janji Jiwa dengan merek lain berdasarkan label halal.					
Keputusan Pembelian	7	Saya membeli Kopi Janji Jiwa karena memiliki label halal yang jelas.					
	8	Saya lebih percaya dan nyaman membeli Kopi Janji Jiwa karena ada jaminan halal resmi.					
Perilaku Pasca Pembelian	9	Saya berencana membeli kembali Kopi Janji Jiwa karena kehalalannya terjamin.					
	10	Saya merasa puas membeli Kopi Janji Jiwa karena sudah berlabel halal.					

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner



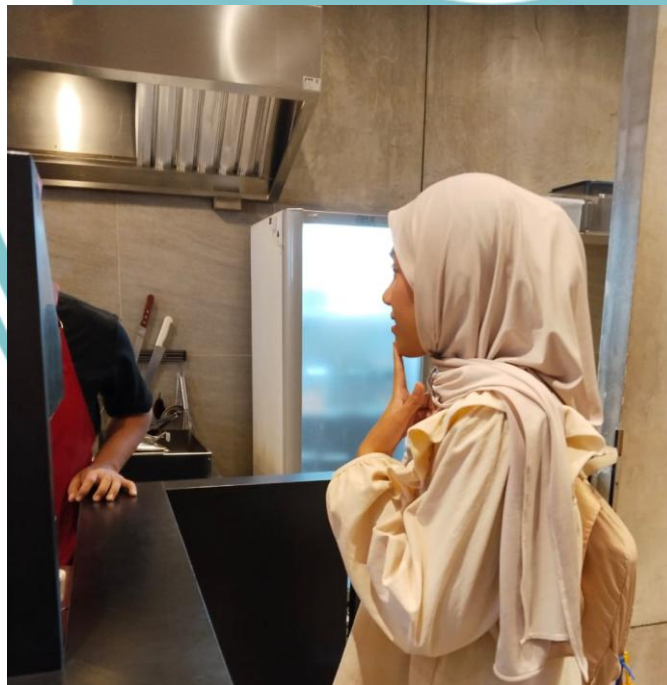
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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



Lampiran 3 Observasi ke Salah Satu Kedai Kopi Janji Jiwa di Bogor



© 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





Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Responden

No	Halal Lifestyle (X1)					Label Halal (X2)									
	X1 p1	X1 p2	X1 p3	X1 p4	X1 p5	X2 p1	X2 p2	X2 p3	X2 p4	X2 p5	X2 p6	X2 p7	X2 p8	X2 p9	X2 p10
1	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5
2	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4
9	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5
14	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
16	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
17	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
19	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
21	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
22	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
25	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4
28	5	4	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5
29	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4
30	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5
31	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5
33	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
34	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5
35	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
36	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5

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

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

37	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5
38	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5
39	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
40	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
43	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
45	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5
46	3	4	3	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	4	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
53	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
60	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
62	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
63	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
64	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	2	4	4	3	4
65	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
66	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
67	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
70	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	4	5	4	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5
72	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
73	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
74	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	3	5
77	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

78	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
79	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
80	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5
81	3	4	4	4	3	5	5	5	1	5	5	4	5	4	5
82	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
83	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
84	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4
87	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
88	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
90	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
91	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4
92	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
93	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
96	3	5	5	5	3	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	Keputusan Pembelian (Y)									
	YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	YP10
1	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5
8	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
14	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5



© 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

16	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
17	5	4	3	4	5	3	4	4	4	4
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
20	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	4	3	5	3	4	4	5	4	5
23	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
25	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
28	4	5	3	4	4	2	5	5	5	4
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4
36	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4
37	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5
38	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5
39	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
40	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
46	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5
53	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



© 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

56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
60	5	4	4	5	4	2	4	4	3	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
64	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
69	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	4	5	2	4	4	4	4	4	2	2
72	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
73	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
74	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4
77	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
78	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
79	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	4	2	4	4	2	4	4	3	4
81	5	5	4	1	5	1	4	4	4	5
82	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
83	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
86	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
87	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
88	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
89	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4
90	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
91	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4
92	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
93	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
94	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
95	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5



© 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

96	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5





Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-Test

1. Hasil uji validitas dan reliabilitas pre-test variabel *halal lifestyle* (X1)

		Correlations					
		x1p1	x1p2	x1p3	x1p4	x1p5	Total_x1
x1p1	Pearson Correlation	1	.247	.127	.147	.544**	.604**
	Sig. (2-tailed)		.188	.505	.437	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1p2	Pearson Correlation	.247	1	.334	.340	.740**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.188		.071	.066	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1p3	Pearson Correlation	.127	.334	1	.224	.000	.519**
	Sig. (2-tailed)	.505	.071		.234	1.000	.003
	N	30	30	30	30	30	30
x1p4	Pearson Correlation	.147	.340	.224	1	.361*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.437	.066	.234		.050	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1p5	Pearson Correlation	.544**	.740**	.000	.361*	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	1.000	.050		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_x1	Pearson Correlation	.604**	.791**	.519**	.640**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.682	5

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



2. Hasil uji validitas dan reliabilitas pre-test variabel label halal (X2)

		Correlations										
		x2p1	x2p2	x2p3	x2p4	x2p5	x2p6	x2p7	x2p8	x2p9	x2p10	Total_x2
x2p1	Pearson Correlation	1	.432 [*]	.675 ^{**}	.389 [*]	.350	.331	.333	.464 ^{**}	.464 ^{**}	.290	.673 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.017	.000	.034	.058	.074	.072	.010	.010	.120	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p2	Pearson Correlation	.432 [*]	1	.175	.169	.155	.446 [*]	.516 ^{**}	.274	.590 ^{**}	.538 ^{**}	.566 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.017		.356	.372	.414	.014	.003	.143	.001	.002	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p3	Pearson Correlation	.675 ^{**}	.175	1	.636 ^{**}	.340	.267	.401 [*]	.486 ^{**}	.391 [*]	.234	.690 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.356		.000	.066	.154	.028	.007	.033	.213	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p4	Pearson Correlation	.389 [*]	.169	.636 ^{**}	1	.267	.217	.448 [*]	.389 [*]	.286	.190	.604 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.034	.372	.000		.153	.250	.013	.034	.125	.315	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p5	Pearson Correlation	.350	.155	.340	.267	1	.463 ^{**}	.674 ^{**}	.612 ^{**}	.350	.568 ^{**}	.718 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.058	.414	.066	.153		.010	.000	.000	.058	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p6	Pearson Correlation	.331	.446 [*]	.267	.217	.463 ^{**}	1	.613 ^{**}	.614 ^{**}	.472 ^{**}	.351	.662 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.074	.014	.154	.250	.010		.000	.000	.008	.057	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p7	Pearson Correlation	.333	.516 ^{**}	.401 [*]	.448 [*]	.674 ^{**}	.613 ^{**}	1	.659 ^{**}	.550 ^{**}	.638 ^{**}	.841 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.072	.003	.028	.013	.000	.000		.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p8	Pearson Correlation	.464 ^{**}	.274	.486 ^{**}	.389 [*]	.612 ^{**}	.614 ^{**}	.659 ^{**}	1	.598 ^{**}	.414 [*]	.791 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.010	.143	.007	.034	.000	.000	.000		.000	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p9	Pearson Correlation	.464 ^{**}	.590 ^{**}	.391 [*]	.286	.350	.472 ^{**}	.550 ^{**}	.598 ^{**}	1	.539 ^{**}	.723 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.033	.125	.058	.008	.002	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2p10	Pearson Correlation	.290	.538 ^{**}	.234	.190	.568 ^{**}	.351	.638 ^{**}	.414 [*]	.539 ^{**}	1	.675 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.120	.002	.213	.315	.001	.057	.000	.023	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_x2	Pearson Correlation	.673 ^{**}	.566 ^{**}	.690 ^{**}	.604 ^{**}	.718 ^{**}	.662 ^{**}	.841 ^{**}	.791 ^{**}	.723 ^{**}	.675 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	10

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Hasil uji validitas dan reliabilitas pre-test variabel keputusan pembelian (Y)

		Correlations										
		yp1	yp2	yp3	yp4	yp5	yp6	yp7	yp8	yp9	yp10	Total_Y
yp1	Pearson Correlation	1	.314	.328	.063	.206	.202	.144	.413 [*]	.314	.196	.461 [*]
	Sig. (2-tailed)		.091	.077	.739	.274	.285	.448	.023	.091	.298	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp2	Pearson Correlation	.314	1	.307	.257	.239	.234	.583 ^{**}	.340	.457 [*]	.434 [*]	.607 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.091		.099	.170	.204	.214	.001	.066	.011	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp3	Pearson Correlation	.328	.307	1	.465 ^{**}	.497 ^{**}	.600 ^{**}	.435 [*]	.340	.477 ^{**}	.517 ^{**}	.764 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.077	.099		.010	.005	.000	.016	.066	.008	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp4	Pearson Correlation	.063	.257	.465 ^{**}	1	.209	.493 ^{**}	.471 ^{**}	.351	.257	.420 [*]	.598 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.739	.170	.010		.267	.006	.009	.057	.170	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp5	Pearson Correlation	.206	.239	.497 ^{**}	.209	1	.309	.308	.197	.538 ^{**}	.427 [*]	.600 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.274	.204	.005	.267		.096	.098	.298	.002	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp6	Pearson Correlation	.202	.234	.600 ^{**}	.493 ^{**}	.309	1	.355	.355	.331	.526 ^{**}	.672 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.285	.214	.000	.006	.096		.054	.054	.074	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp7	Pearson Correlation	.144	.583 ^{**}	.435 [*]	.471 ^{**}	.308	.355	1	.593 ^{**}	.705 ^{**}	.548 ^{**}	.750 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.448	.001	.016	.009	.098	.054		.001	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp8	Pearson Correlation	.413 [*]	.340	.340	.351	.197	.355	.593 ^{**}	1	.705 ^{**}	.548 ^{**}	.696 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.023	.066	.066	.057	.298	.054	.001		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp9	Pearson Correlation	.314	.457 [*]	.477 ^{**}	.257	.538 ^{**}	.331	.705 ^{**}	.705 ^{**}	1	.676 ^{**}	.799 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.091	.011	.008	.170	.002	.074	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
yp10	Pearson Correlation	.196	.434 [*]	.517 ^{**}	.420 [*]	.427 [*]	.526 ^{**}	.548 ^{**}	.548 ^{**}	.676 ^{**}	1	.780 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.298	.016	.003	.021	.019	.003	.002	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.461 [*]	.607 ^{**}	.764 ^{**}	.598 ^{**}	.600 ^{**}	.672 ^{**}	.750 ^{**}	.696 ^{**}	.799 ^{**}	.780 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	10



Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel *halal lifestyle* (X1)

		Correlations					
		X1p1	X1p2	X1p3	X1p4	X1p5	Total_X1
X1p1	Pearson Correlation	1	.229*	.238*	.098	.613**	.643**
	Sig. (2-tailed)		.022	.017	.330	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1p2	Pearson Correlation	.229*	1	.493**	.381**	.397**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.022		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1p3	Pearson Correlation	.238*	.493**	1	.427**	.245*	.695**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.000	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1p4	Pearson Correlation	.098	.381**	.427**	1	.311**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.330	.000	.000		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1p5	Pearson Correlation	.613**	.397**	.245*	.311**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.643**	.711**	.695**	.644**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel label halal (X2)

		Correlations										
		X2p1	X2p2	X2p3	X2p4	X2p5	X2p6	X2p7	X2p8	X2p9	X2p10	Total_X2
X2p1	Pearson Correlation	1	.650**	.632**	.177	.312**	.296**	.327**	.414**	.466**	.389**	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.078	.002	.003	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p2	Pearson Correlation	.650**	1	.349**	.158	.259**	.400**	.380**	.351**	.409**	.463**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.116	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p3	Pearson Correlation	.632**	.349**	1	.320**	.379**	.376**	.303**	.371**	.503**	.271**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.002	.000	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p4	Pearson Correlation	.177	.158	.320**	1	.218*	.189	.298**	.232*	.240*	.083	.490**
	Sig. (2-tailed)	.078	.116	.001		.029	.060	.003	.020	.016	.413	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p5	Pearson Correlation	.312**	.259**	.379**	.218*	1	.340**	.415**	.395**	.387**	.377**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.002	.009	.000	.029		.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p6	Pearson Correlation	.296**	.400**	.376**	.189	.340**	1	.487**	.459**	.468**	.400**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.060	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p7	Pearson Correlation	.327**	.380**	.303**	.298**	.415**	.487**	1	.457**	.479**	.409**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p8	Pearson Correlation	.414**	.351**	.371**	.232*	.395**	.459**	.457**	1	.555**	.557**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.020	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p9	Pearson Correlation	.466**	.409**	.503**	.240*	.387**	.468**	.479**	.555**	1	.537**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.016	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2p10	Pearson Correlation	.389**	.463**	.271**	.083	.377**	.409**	.557**	.537**	.537**	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.413	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.688**	.627**	.709**	.490**	.644**	.657**	.686**	.704**	.752**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	10



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

3. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y)

		Correlations										
		Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5	Yp6	Yp7	Yp8	Yp9	Yp10	Total_Y
Yp1	Pearson Correlation	1	.333**	.394**	.231*	.434**	.231*	.330**	.523**	.392**	.409**	.565**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.021	.000	.021	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp2	Pearson Correlation	.333**	1	.311**	.300**	.471**	.286**	.500**	.414**	.421**	.352**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.002	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp3	Pearson Correlation	.394**	.311**	1	.467**	.568**	.540**	.500**	.510**	.552**	.492**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp4	Pearson Correlation	.231*	.300**	.467**	1	.409**	.590**	.516**	.474**	.406**	.330**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.021	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp5	Pearson Correlation	.434**	.471**	.568**	.409**	1	.470**	.460**	.438**	.535**	.515**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp6	Pearson Correlation	.231*	.286**	.540**	.590**	.470**	1	.553**	.521**	.514**	.442**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.021	.004	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp7	Pearson Correlation	.330**	.500**	.500**	.516**	.460**	.553**	1	.713**	.691**	.591**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp8	Pearson Correlation	.523**	.414**	.510**	.474**	.438**	.521**	.713**	1	.690**	.543**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp9	Pearson Correlation	.392**	.421**	.552**	.406**	.535**	.514**	.691**	.690**	1	.744**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yp10	Pearson Correlation	.409**	.352**	.492**	.330**	.515**	.442**	.591**	.543**	.744**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.565**	.587**	.762**	.667**	.729**	.745**	.802**	.792**	.819**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10



Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

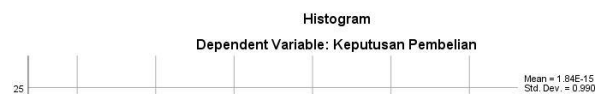
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.19203253
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.052
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.185 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.175
	Upper Bound	.195

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

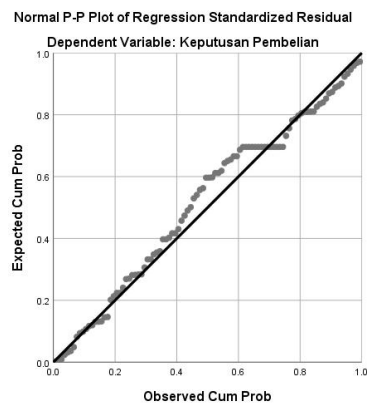


Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.084	4.230		.965	.337		
	Halal Lifestyle	.585	.227	.248	2.577	.011	.569	1.758
	Label Halal	.593	.111	.513	5.339	.000	.569	1.758

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Regression Standardized Residual



2. Hasil Uji Multikolinieritas

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 :

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

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.034	2.482		1.625	.107
	Halal Lifestyle	-.031	.133	-.031	-.230	.819
	Label Halal	-.017	.065	-.035	-.261	.795

a. Dependent Variable: ABS



Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.084	4.230		.965	.337
	Halal Lifestyle	.585	.227	.248	2.577	.011
	Label Halal	.593	.111	.513	5.339	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



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





1. Uji Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.084	4.230		.965	.337
	Halal Lifestyle	.585	.227	.248	2.577	.011
	Label Halal	.593	.111	.513	5.339	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	972.722	2	486.361	46.769	.000 ^b
	Residual	1008.718	97	10.399		
	Total	1981.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Label Halal, Halal Lifestyle

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	.480	3.22477

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Halal Lifestyle

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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



Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

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



© 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

Lampiran 11 Tabel Titik Persentase Distribusi F

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

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 mengumumkan 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

LEMBAR BIMBINGAN

1. Nama Mahasiswa : Diana Alifiah Candrayani
2. NIM : 2104412002
3. Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan Syariah
4. Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh *Halal Lifestyle* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z di Bogor
5. Dosen Pembimbing : Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si.

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1	Kamis, 13 Februari 2025	Pembahasan terkait membuat literatur review untuk menentukan judul skripsi.	
2	Kamis, 6 Maret 2025	Pembahasan terkait acc latar belakang dan lanjut membuat bab 2.	
3	Kamis, 13 Maret 2025	Pembahasan terkait pertajam latar belakang dengan menambahkan data-data penguat dan lanjut membuat bab 3.	
4	Jumat, 21 Maret 2025	Acc proposal skripsi dan revisi penambahan sitasi pada bab 2.	
5	Kamis, 24 April 2025	Pembahasan terkait revisi seminar proposal dan persiapan melakukan pre-test penelitian.	
6	Kamis, 1 Mei 2025	Bimbingan membahas pernyataan-pernyataan yang terdapat di kuesioner, revisi kuesioner dan melakukan penyebaran kuesioner.	
7	Senin, 26 Mei 2025	Pembahasan terkait Bab 4 yaitu hasil dan pembahasan dari penelitian serta melanjutkan ke Bab 5.	
8	Rabu, 18 Juni 2025	Pembahasan Bab 4 dan Bab 5, terdapat revisi untuk melakukan observasi ke salah satu gerai Kopi Janji Jiwa di Bogor.	
9	Jumat, 20 Juni 2025	Pembahasan revisi Bab 4 dan Bab 5 serta ACC skripsi untuk sidang akhir.	



© 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



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

Menyetujui KPS Keuangan dan Perbankan Syariah
Depok, 20 Juni 2025

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