



© 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 LABEL HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN DI SURYAKENCANA BOGOR



Disusun Oleh:
Dinda Cahaya Pratiwi / 2104411081

**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

SKRIPSI TERAPAN

PENGARUH LABEL HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN DI SURYAKENCANA BOGOR



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

Disusun Oleh:
Dinda Cahaya Pratiwi/21044411081

**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 : Dinda Cahaya Pratiwi

NIM : 2104411081

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) 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, 3 Juli 2025

Mahasiswa,



Dinda Cahaya Pratiwi

NIM. 2104411081



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Dinda Cahaya Pratiwi

NIM : 2104411081

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Pembelian Konsumen di Suryakencana Bogor

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

Dewan Penguji

Ketua Penguji : Ady Arman, S.Pd., M.KI.

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

()
()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 3 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi


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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dinda Cahaya Pratiwi
NIM : 2104411081
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Pembelian Konsumen di Suryakencana 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran-Nya atas limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi Terapan ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Pembelian Konsumen di Suryakencana Bogor”. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan, bantuan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si., selaku Ketua Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah.
4. Ibu Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si. selaku selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah memberikan waktu, perhatian, serta bimbingan yang sangat berarti. Masukan, kritik yang membangun, dan arahan yang Ibu berikan menjadi bekal penting dalam penyempurnaan skripsi terapan ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Ady Arman, S.Pd., M.KI., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan berbagai saran berharga serta masukan yang konstruktif dalam proses seminar dan sidang skripsi. Penulis sangat menghargai ilmu dan wawasan yang telah dibagikan demi menyempurnakan hasil penelitian ini
6. Seluruh dosen di lingkungan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya para dosen pengajar pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, yang telah dengan sepenuh hati membagikan ilmu, pengalaman, serta wawasan praktis dan teoritis selama masa perkuliahan.



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

7. Para staf administrasi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah membantu memberikan pelayanan informasi, data, serta kelengkapan administratif selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
8. Dengan penuh cinta dan rasa hormat, penulis mempersembahkan skripsi terapan ini kepada kedua orang tua tercinta, Mama Riyanti dan Papa Mochamad Syarif. Terima kasih atas segala doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tiada batas, serta dukungan dalam bentuk apapun baik secara moril maupun materiil yang telah diberikan sepanjang perjalanan studi penulis. Tanpa kehadiran dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan sampai pada tahap akhir pendidikan ini dan mampu terus bersemangat dalam mengejar cita-cita
9. Untuk Mas Agung Yoga Pratama A.Md.T terima kasih atas segala bantuan, semangat dan waktu yang telah diluangkan yang sangat berarti dalam menunjang kelancaran studi ini. Dan juga untuk Karisya Triya Pratiwi terima kasih telah menjadi teman bercerita yang menyenangkan, bersedia menerima segala candaan penulis, dan selalu memberikan dukungan dengan caramu sendiri.
10. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman tersayang Deadliners, yaitu Fadya, Sintiya, Puspa, Amanda, Adzra, Zalfa, Alin, Khaililla, Nadya, Layla, Tiara, Fitria, Firda dan Syifa yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Terima kasih atas segala bantuan, tawa, dukungan, dan semangat yang tidak pernah putus selama delapan semester. Kalian bukan hanya rekan belajar, tetapi juga rumah tempat penulis bersandar saat lelah, tempat berbagi keluh kesah, dan sumber semangat untuk terus melangkah. Tanpa kalian, perjalanan akademik ini takkan sekuat dan seberwarna ini.
11. Terima kasih untuk Sarah, Iko, Dara, Rizka, dan Defitri yang senantiasa hadir memberikan dukungan emosional ditengah hiruk-pikuk dunia perkuliahan. Terima kasih telah menjadi tempat pulang yang penuh tawa dan pelarian sejenak dari penatnya tugas dan tanggung jawab akademik.
12. Terima kasih untuk kucing-kucing kesayangan Timtam dan Nori, serta Radityo yang selalu setia memberi kehangatan dan kenyamanan dengan cara



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

kalian masing-masing. Kehadiran kalian adalah jeda paling nyaman yang bisa penulis harapkan.

13. Teman – teman BS 8B. Terima kasih atas kebersamaan untuk memperoleh ilmu dan gelar yang diimpikan, apapun itu hambatannya.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sebagaimana telah disebutkan sebelumnya. Semoga setiap kebaikan dan bantuan yang diberikan mendapat balasan berlipat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, dan dengan rendah hati memohon maaf apabila terdapat kekeliruan dalam penulisan maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna meningkatkan kualitas skripsi terapan ini agar dapat memberikan manfaat ke depannya.

Depok, 3 Juli 2025

(Dinda Cahaya Pratiwi)

NIM. 2104411081

**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

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dinda Cahaya Pratiwi
NIM : 2104411081
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

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 Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Pembelian Konsumen di Suryakencana Bogor”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, 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 : 3 Juli 2025

Yang Menyatakan

(Dinda Cahaya Pratiwi)



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

Dinda Cahaya Pratiwi

Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

**Pengaruh Label Halal dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat
Pembelian Konsumen di Suryakencana Bogor**

ABSTRAK

Meningkatnya kebutuhan akan produk halal di Indonesia mendorong pentingnya pemahaman terhadap faktor yang memengaruhi minat beli konsumen Muslim. Kawasan Suryakencana yang didominasi oleh kuliner nonhalal menimbulkan tantangan tersendiri bagi konsumen Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dan *electronic word of mouth* terhadap minat pembelian produk kuliner di kawasan Suryakencana, Bogor. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei dengan teknik *purposive sampling* terhadap 100 responden Muslim. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap minat pembelian. Temuan ini diharapkan menjadi referensi dalam strategi pemasaran berbasis halal dan peningkatan literasi konsumen Muslim. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada analisis gabungan kedua variabel tersebut dalam konteks kawasan kuliner yang didominasi makanan nonhalal.

Kata Kunci: label halal, e-WoM, minat pembelian, kuliner halal, Suryakencana.

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

Dinda Cahaya Pratiwi

Applied Bachelor's Program in Islamic Finance and Banking

The Influence of Halal Labels and Electronic Word of Mouth on Consumer Purchase Intention in Suryakencana Bogor

ABSTRACT

The growing demand for halal products in Indonesia highlights the importance of understanding the factors that influence Muslim consumers' purchase intentions. Suryakencana, a culinary area dominated by non-halal food, presents unique challenges for Muslim consumers. This study aims to analyze the influence of halal labels and electronic word of mouth on purchase intention for culinary products in the Suryakencana area, Bogor. A quantitative approach was employed using a survey method, with purposive sampling applied to 100 Muslim respondents. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 22. The results show that both halal labels and electronic word of mouth have a positive and significant influence, both individually and simultaneously, on purchase intention. These findings are expected to serve as a reference for halal-based marketing strategies and to improve Muslim consumer literacy. The novelty of this research lies in its combined analysis of both variables within a culinary context predominantly offering non-halal products.

Keywords: *halal label, e-WoM, purchase intention, halal culinary, Suryakencana.*



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Label Halal	10
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.1.3 Minat Pembelian	16
2.1.4 Suryakencana	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Berpikir	26
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian	28
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.4 Jenis dan Sumber Penelitian.....	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	30
3.6 Definisi Operasional Variabel	31
3.7 Metode Analisis Data	34
3.7.1 Uji Instrumen	34
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3 Regresi Linear Berganda.....	37
3.7.4 Uji Hipotesis.....	37
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Desain Penelitian.....	40

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

4.2 Hasil Penelitian (Pre-Test)	40
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre-Test).....	40
4.3 Gambaran Umum Responden	41
4.4 Hasil Penelitian	45
4.4.1 Uji Instrumen	45
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	46
4.4.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	50
4.4.4 Uji Hipotesis.....	51
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi.....	53
4.5 Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	72





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 Populasi Muslim.....	1
Gambar 2. 1 Suryakencana	18
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4. 1 Grafik Histogram.....	47
Gambar 4. 2 Grafik P-P Plot	48





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 UMKM Kota Bogor	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasi Variabel	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas (Pre-Test)	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas (Pre-Test)	41
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4. 4 Usia Responden	42
Tabel 4. 5 Pendidikan Terakhir Responden	43
Tabel 4. 6 Pekerjaan Responden	43
Tabel 4. 7 Pendapatan Perbulan Responden	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4. 13 Hasil Regresi Berganda	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji t	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	53
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi	53

**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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Penyebaran Poster Kuesioner	78
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Responden	79
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-test.....	82
Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	85
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 7 Uji Linear Berganda	90
Lampiran 8 Uji Hipotesis	91
Lampiran 9 Tabel Distribusi R.....	92
Lampiran 10 Tabel Distribusi T	93
Lampiran 11 Tabel Distribusi F.....	94

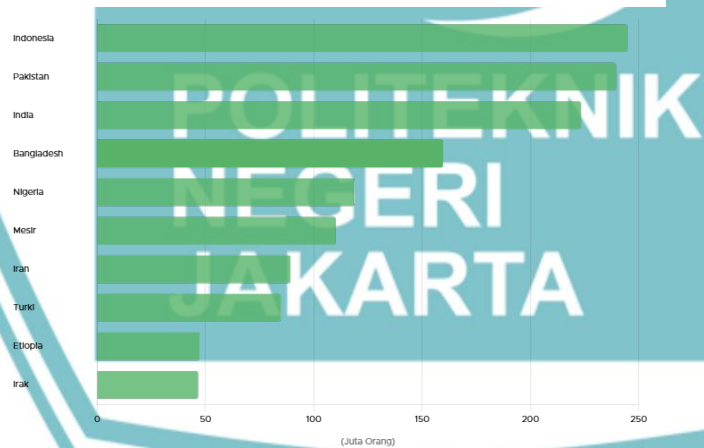
Hak Cipta :

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

Indonesia menempati posisi sebagai salah satu negara dengan jumlah umat muslim terbanyak secara global, sehingga memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri makanan dan minuman halal. Berdasarkan data GoodStats (2025), diperkirakan populasi umat muslim di Indonesia diperkirakan akan mencapai 244,7 juta jiwa pada tahun 2025, menjadikannya yang tertinggi di dunia, diikuti oleh Pakistan dengan 239,7 juta jiwa. Industri halal ini dipandang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dengan memberikan kontribusi melalui peningkatan ekspor dan investasi, Indonesia menghasilkan Produk Domestik Bruto (PDB) tahunan sebesar USD 5,1 miliar (Kementerian Keuangan RI, 2023). Industri ini menunjukkan pertumbuhan positif, menjadikannya peluang ekonomi yang signifikan. Permintaan produk halal, khususnya makanan dan minuman, terus meningkat secara global seiring dengan pertumbuhan populasi muslim dan meningkatnya kesadaran halal (Suryaputri, 2020).



Gambar 1. 1 Populasi Muslim

Sumber: GoodStats, 2025

Untuk memastikan setiap produk yang beredar di Indonesia telah sesuai dengan ketentuan kehalalan yang berlaku, pemerintah telah menerapkan peraturan wajib sertifikasi halal yang berlaku mulai 18 Oktober 2024. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, seluruh produk yang diperdagangkan di Indonesia diwajibkan memiliki sertifikat halal (UU RI, 2014).



© 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

Mengonsumsi makanan halal merupakan kewajiban bagi umat muslim sekaligus standar jaminan kualitas serta kebersihan produk. Label halal bukan hanya menjadi pertimbangan utama bagi konsumen beragama Islam, tetapi juga mampu menarik perhatian konsumen non-muslim karena produk halal dinilai lebih higienis, terjamin keamanannya, serta memiliki kualitas yang baik (Septiani & Ridlwan, 2020).

Tingginya kebutuhan akan produk halal meningkatkan permintaan dan mendorong produsen untuk memproduksi secara halal. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap perilaku pembelian konsumen muslim menjadi kunci dalam memprediksi minat beli mereka (Kusumastuti, 2020). Dengan bertambahnya jumlah penduduk muslim di Indonesia, memahami apa saja yang memengaruhi minat beli mereka menjadi hal yang penting. Sebab, keputusan dalam membeli suatu produk tidak semata-mata didorong oleh kewajiban agama, melainkan berbagai faktor dari aspek internal dan eksternal juga turut memengaruhi. (Habibie & Donna, 2020; Kusumastuti, 2020). Kurangnya edukasi mengenai pentingnya sertifikasi halal, lemahnya pengawasan, serta anggapan bahwa sertifikasi halal hanya relevan bagi kelompok tertentu menjadi beberapa faktor yang berpotensi menghambat minat konsumen dalam membeli produk bersertifikat halal. Padahal, sertifikasi halal seharusnya menjadi standar umum bagi konsumen muslim dalam memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi (Maulizah, 2024).

Seiring dengan pertumbuhan industri kuliner halal, Indonesia berada dalam posisi strategis untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan, yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat (Gandasari et al., 2024). Tak dapat dipungkiri bahwa industri kuliner, baik berskala besar maupun kecil, telah mulai menerapkan sertifikasi halal pada produk-produknya di tingkat global (Usmi et al., 2024). Kota-kota seperti Bogor, yang sektor kuliner halalnya terus berkembang dan menunjukkan potensi besar, menawarkan prospek menjanjikan dalam membentuk arah pertumbuhan ekonomi nasional di masa depan (Gandasari et al., 2024). UMKM memiliki peran strategis dalam industri kuliner sebagai sektor yang menjanjikan serta berkontribusi dalam menjaga kestabilan perekonomian (Al Farisi et al., 2022).



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

Pelaku UMKM di Kota Bogor terus berupaya meningkatkan mutu produk sekaligus memperluas jangkauan promosi usahanya. Upaya ini tercermin dari diraihnya penghargaan ‘Natamukti Ganapravara’ dari *ICSB Indonesia Presidential Award* 2019 sebagai apresiasi atas konsistensi kota dalam mendukung perkembangan UMKM setiap tahun (Pemerintah Kota Bogor, 2019). Pertumbuhan UMKM di Kota Bogor menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Hal ini didukung oleh data dari BPS, (2025) .

Tabel 1. 1 UMKM Kota Bogor

Jumlah UMKM di Kota Bogor	
Tahun	UMKM
2021	5.669
2022	4.620
2023	11.509

Sumber: BPS Provinsi Jawa Barat

Tren ini menunjukkan bahwa UMKM terus berkembang dan menjadi bagian penting dalam perekonomian Kota Bogor. Sejalan dengan perkembangan UMKM. Namun, hingga akhir 2023, dari 11.509 UMKM yang tercatat, baru 5.000 yang terproses, dan hanya 3.000 yang telah memperoleh sertifikat halal (Pemerintah Kota Bogor, 2025). Kondisi ini disebabkan oleh berbagai kendala yang dihadapi mayoritas pelaku UMKM di Kota Bogor dalam proses pengajuan sertifikasi halal, antara lain tingginya biaya, prosedur administrasi yang kompleks, serta masa berlaku sertifikat yang relatif singkat (Khairunnisa et al., 2020). Padahal sertifikasi halal juga berperan dalam strategi pemasaran, di mana produk yang telah bersertifikat halal memiliki posisi yang lebih kompetitif dibandingkan produk yang belum tersertifikasi, terutama di pasar yang mengutamakan aspek kehalalan dalam konsumsi (R et al., 2024). Menampilkan label halal juga dapat menjadi cara efektif untuk menarik minat beli konsumen (N. Azizah et al., 2022).

Usaha kuliner yang menjamur di Kota Bogor, salah satunya Jalan Suryakencana terkenal dengan beragam kulinernya, memadukan kuliner Tionghoa dan lokal (Salim & Carina, 2023). Keunikan sejarah dan budaya ini berpadu dengan keragaman kuliner yang tersedia. Keberadaan pedagang kaki lima menjadi salah satu aspek yang menarik di kawasan Pecinan ini, karena banyak wisatawan yang



© 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

secara khusus mengunjungi Suryakencana untuk menikmati kuliner legendaris yang telah dikenal sejak lama (Rasyid & Mildawani, 2023). Pemerintah Kota Bogor memanfaatkan potensi sektor kuliner sebagai salah satu unsur penunjang pariwisata, dengan mengintegrasikannya ke dalam program pengembangan destinasi wisata di wilayah Kota Bogor (Mashadi & Amwila, 2019).

Kawasan Pecinan menjadi tempat bertemunya berbagai etnis yang menawarkan ragam kuliner dari latar belakang budaya yang berbeda (Komala et al., 2022). Salah satu ciri khasnya adalah banyaknya makanan berbahan dasar daging babi, yang umumnya dikonsumsi oleh kelompok non-muslim, terutama dari etnis Tionghoa (Koeswinarno & Zakiyah, 2022). Namun, keberadaan makanan non-halal di tengah keragaman tersebut menimbulkan tantangan bagi konsumen muslim, terutama dalam memastikan status kehalalan makanan yang tersedia (Nurdahniar, 2021). Bagi konsumen muslim, keberadaan label halal tidak sekadar mencerminkan kepatuhan terhadap ajaran agama, tetapi juga memberikan jaminan bahwa produk makanan yang dikonsumsi telah sesuai dengan standar kehalalan yang telah ditetapkan. (Usmi et al., 2024). Kebutuhan akan makanan halal semakin meningkat akibat minimnya informasi status kehalalan makanan di kawasan ini (Komala et al., 2022). Ketika kejelasan mengenai status halal suatu produk tidak tersedia atau menimbulkan keraguan, konsumen muslim berpotensi merasa diabaikan atau mengalami kerugian dalam pengambilan keputusan pembelian. (Usmi et al., 2024).

Salah satu hak dasar konsumen adalah mendapatkan informasi yang tepat mengenai kehalalan dan ketidakhalalan suatu produk merupakan bagian esensial dari pemenuhan hak asasi manusia (S. N. Azizah, 2022). Ketersediaan informasi yang lengkap dan mudah diakses memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan berdasarkan nilai serta keyakinan pribadi mereka (Usmi et al., 2024). Dalam hal pelabelan halal, keterbukaan informasi juga penting untuk mencegah terjadinya penipuan maupun kesalahpahaman yang dapat menyebabkan kerugian, baik secara ekonomi maupun spiritual (Perguna et al., 2021).

Pada penelitian terkait label halal menurut (Djakasaputra et al., 2023; Puspita & Andni, 2024; Rahmawati et al., 2022; Septiani & Ridlwan, 2020), menunjukkan bahwa keberadaan label halal berperan dalam memengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan, memperkuat



© 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

citra merek, serta meningkatkan daya saing bagi produsen, khususnya di pasar global yang menargetkan konsumen muslim. Sedangkan hasil penelitian oleh (Jannah, 2023; Nur et al., 2021) hasil berbeda ditemukan dalam beberapa studi lain Nur et al. (2021), yang meneliti produk makanan halal UMKM di wilayah DKI Jakarta, menemukan bahwa sertifikasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Jannah (2023), dalam penelitiannya terhadap mahasiswa muslim di Kota Jember yang membeli produk mie instan Samyang, juga menemukan bahwa label halal cenderung tidak menjadi pertimbangan utama dalam proses pembelian, terutama pada produk yang sudah memiliki popularitas dan citra tertentu di kalangan konsumen muda.

Kurangnya informasi status kehalalan suatu produk menyebabkan konsumen mencari informasi melalui media sosial sebagai sumber utama di era digital (Adinegoro, 2022). Salah satu aspek yang berkembang pesat adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana interaksi dalam komunitas virtual, di mana pengguna dapat berbagi informasi dan bertukar gagasan (Barusman & Suwandi, 2020). Media sosial memiliki peran penting dalam membantu konsumen memperoleh informasi sebelum mengambil keputusan pembelian. Selain itu, konsumen juga turut menyebarkan informasi mengenai produk atau layanan melalui ulasan, tanggapan, maupun rekomendasi, fenomena ini disebut dengan *Electronic Word of Mouth* (E-WoM) (Masruroh et al., 2023). Informasi yang disampaikan melalui E-WoM memiliki potensi untuk memengaruhi keputusan serta minat konsumen dalam melakukan pembelian, ulasan positif cenderung meningkatkan daya tarik suatu produk, dan berlaku hal yang sebaliknya (Wardhana et al., 2021). Oleh karena itu, sebelum membeli produk, konsumen umumnya mencari referensi dari pengalaman pengguna lain di internet agar dapat membuat keputusan yang lebih tepat (Dewi & Gunanto, 2023).

Pada dasarnya, aktivitas e-WOM muncul ketika *food blogger* atau *influencer* melakukan eksplorasi kuliner, baik secara langsung maupun melalui produk kiriman dari pelaku usaha yang ingin makanannya dipromosikan. Hasil ulasan tersebut kemudian dibagikan melalui lini media digital seperti Instagram maupun TikTok, baik dalam bentuk *story* maupun *feed*, dan menjangkau banyak pengikut (Ananda & Mutia, 2021). E-WoM kini digunakan sebagai bagian dari strategi



© 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

komunikasi publik di era digital, namun dalam praktiknya dapat dimanfaatkan secara tidak etis untuk memberikan dampak negatif terhadap citra maupun reputasi usaha (Hasna & Irwansyah, 2019). Jika ulasan negatif tersebut menyebar luas dan menjadi viral, hal ini dapat memicu penurunan penjualan secara drastis dan mengancam kelangsungan bisnis pelaku usaha (Subiyantoro et al., 2019). Beberapa kasus menunjukkan bahwa e-WOM dapat disalahgunakan untuk merugikan pelaku usaha. Kemendag merespons maraknya ulasan makanan negatif yang dinilai merendahkan, dan menekankan bahwa konten harus disampaikan dengan itikad baik. Jika terbukti menyesatkan atau merugikan, pelaku dapat dikenai sanksi sesuai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2025).

Penelitian yang dilakukan (Puspita & Andni, 2024; Rahmawati et al., 2022; Sabita & Mardalis, 2023; Wardhana et al., 2021) menunjukkan bahwa e-WoM memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen saat mengambil keputusan untuk membeli. Ulasan online meningkatkan kepercayaan konsumen, bahkan dalam beberapa kasus lebih berpengaruh dibandingkan sertifikasi halal. Selain itu, e-WoM dianggap lebih kredibel dibandingkan pemasaran konvensional dan berperan dalam membentuk citra merek, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil penelitian oleh (Agustina et al., 2023; Aqmala & Febiyati, 2022; Saputra & Barus, 2020) menyimpulkan bahwa e-WoM bukanlah faktor yang secara konsisten menjadi penentu utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Saputra & Barus (2020) dan Agustina et al., (2023) menemukan bahwa meskipun e-WoM dapat membentuk citra merek, hal ini tidak serta-merta meningkatkan minat beli secara langsung. Keputusan pembelian konsumen cenderung lebih dipengaruhi oleh aspek-aspek lain, seperti harga, mutu produk, dan reputasi merek. Sementara itu, Aqmala & Febiyati (2022) menyoroti bahwa e-WoM lebih dapat meningkatkan minat beli, pengaruhnya terhadap keputusan akhir pembelian tidak terlalu dominan karena masih kalah kuat dibandingkan dengan faktor-faktor seperti persepsi harga, kualitas, dan citra merek.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat adanya perbedaan hasil dalam penelitian terdahulu terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan guna mengkaji variabel-variabel yang



Hak Cipta :

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

diduga berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk kuliner, terutama pada pelaku usaha mikro di kawasan Suryakencana. Fokus penelitian ini adalah pada pengaruh label halal dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen Muslim, khususnya di daerah dengan dominasi kuliner nonhalal seperti Suryakencana.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka permasalahan pokok yang diangkat dalam penelitian ini terletak pada masih banyaknya pelaku usaha kuliner di kawasan Suryakencana, Bogor, yang belum mencantumkan label halal baik pada kemasan maupun tampilan produk mereka (Komala et al., 2022). Kondisi ini menimbulkan tantangan bagi konsumen muslim dalam memastikan kehalalan makanan sebelum melakukan pembelian. Situasi ini tidak hanya menyebabkan ketidakpastian, tetapi juga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk kuliner yang beredar di pasaran (S. N. Azizah, 2022; Usmi et al., 2024). Kurangnya perhatian terhadap aspek labelisasi halal menjadi hambatan bagi pelaku usaha dalam menarik minat beli konsumen muslim, yang pada akhirnya dapat berdampak pada perkembangan industri kuliner halal di kawasan tersebut (R et al., 2024).

Di era digital, *Electronic Word of Mouth* (e-WoM) berperan sebagai salah satu sumber informasi utama yang digunakan konsumen untuk memilih makanan (Adinegoro, 2022). Konsumen yang berkunjung ke kawasan kuliner Suryakencana cenderung mencari referensi dari ulasan online, media sosial, serta rekomendasi dari *food vlogger* sebelum memutuskan untuk membeli makanan (Masruroh et al., 2023). Popularitas konten kuliner halal di platform digital menunjukkan pengaruh e-WoM dalam membentuk persepsi dan kepercayaan konsumen terkait status kehalalan suatu produk (Puspita & Andni, 2024; Rahmawati et al., 2022).

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap minat pembelian konsumen di kawasan Suryakencana, Bogor?
2. Bagaimana pengaruh e-WoM terhadap minat pembelian konsumen di kawasan Suryakencana, 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 label halal dan e-WoM secara simultan memengaruhi minat pembelian konsumen di kawasan Suryakencana, Bogor?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh label halal terhadap minat pembelian konsumen di kawasan Suryakencana, Bogor.
2. Menganalisis pengaruh e-WoM terhadap produk halal terhadap minat pembelian di kawasan Suryakencana, Bogor.
3. Menganalisis pengaruh antara label halal dan e-WoM terhadap minat pembelian konsumen di kawasan Suryakencana, Bogor.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur dalam bidang ekonomi syariah, khususnya terkait pengaruh label halal dan e-WoM terhadap minat beli konsumen. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berfokus pada analisis perilaku konsumen dalam memilih produk halal.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Pelaku Usaha: Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya sertifikasi halal sebagai strategi untuk membangun kepercayaan konsumen muslim serta meningkatkan daya saing produk di pasar, serta sebagai panduan dalam merancang strategi pemasaran berbasis halal.
- b) Bagi Konsumen: Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pentingnya keberadaan label halal sebagai salah satu pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian, sehingga mereka lebih cermat dalam memilih produk makanan yang sesuai dengan nilai-nilai kehalalan.
- c) Bagi Pemerintah: Menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan efektivitas regulasi sertifikasi halal dan implementasinya di kawasan wisata kuliner seperti Suryakencana, Bogor.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN



© 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

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian yang mencakup fenomena, isu, dan urgensi dilaksanakannya penelitian. Selain itu, dalam bab ini juga disajikan rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi sebagai acuan dalam penyusunan struktur penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas teori-teori yang mendasari penelitian, termasuk konsep label halal, e-WoM, serta minat beli konsumen. Selain itu, bab ini juga menyajikan kajian dari penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan dalam merumuskan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data. Uraian ini bertujuan memastikan bahwa penelitian dilaksanakan secara sistematis dan dapat dipercaya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil dari data yang telah dianalisis, serta pembahasannya. Hasil yang diperoleh kemudian diuraikan secara mendalam dan dihubungkan dengan teori serta penelitian sebelumnya yang relevan sebagaimana dijelaskan pada Bab II.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini menyimpulkan hasil penelitian, mencakup implikasi teoritis dan praktis yang dapat diambil. Di samping itu, bab ini juga menyampaikan saran bagi pihak-pihak terkait dan memberikan arahan untuk penelitian lanjutan yang bisa dikembangkan dari temuan saat ini

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

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda melalui bantuan software SPSS versi 22 untuk menganalisis pengaruh variabel label halal dan *electronic word of mouth* terhadap minat pembelian produk kuliner di kawasan Suryakencana. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, berusia antara 21 hingga 25 tahun, berlatar belakang pendidikan SMA/SMK atau sederajat, berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, dan memiliki penghasilan bulanan antara Rp500.000 hingga Rp1.000.000.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen. Semakin jelas dan terpercaya label halal yang tertera pada suatu produk, maka semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk membeli produk tersebut. Label halal dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap syariat Islam serta menjadi jaminan atas keamanan konsumsi, terutama bagi konsumen muslim. Dalam penelitian ini, label halal menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat pembelian.

Selain itu, *electronic word of mouth* juga terbukti memberikan pengaruh positif terhadap minat pembelian. Konsumen cenderung mempertimbangkan ulasan, testimoni, atau rekomendasi yang mereka peroleh secara daring, terutama yang berkaitan dengan rasa, kualitas, dan harga suatu produk. Meskipun pengaruhnya tidak sebesar label halal, keberadaan informasi dari sesama konsumen tetap berperan dalam membentuk persepsi positif terhadap produk.

Secara keseluruhan, label halal dan *electronic word of mouth* secara bersama-sama berkontribusi dalam memengaruhi keputusan pembelian produk kuliner di kawasan Suryakencana. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen muslim usia produktif di kawasan tersebut sangat memperhatikan aspek kehalalan produk dan informasi digital yang mereka peroleh sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang menekankan pentingnya label halal resmi serta mendorong penyebaran ulasan positif secara daring dapat menjadi pendekatan yang



Hak Cipta :

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

efektif dalam menarik minat beli konsumen terhadap produk kuliner halal di kawasan ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan kajian lanjutan di bidang ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap produk halal. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai minat beli konsumen muslim, disarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti kesadaran halal, persepsi harga, dan *fear of missing out*.

Bagi pelaku usaha, khususnya yang bergerak di bidang kuliner di kawasan seperti Suryakencana, penting untuk mulai memperhatikan keberadaan label halal resmi dari lembaga berwenang sebagai bagian dari strategi pemasaran yang tidak hanya menjangkau konsumen muslim, tetapi juga membangun kepercayaan publik. Di samping itu, pengelolaan ulasan positif dari konsumen di media sosial atau platform digital juga perlu dilakukan secara aktif guna meningkatkan citra dan daya tarik produk.

Sementara itu, bagi konsumen, diharapkan dapat lebih cermat dalam memilih produk kuliner dengan memastikan adanya label halal resmi, baik dalam bentuk simbol, teks, maupun informasi lain yang kredibel. Edukasi diri terkait pentingnya kehalalan produk akan membantu dalam menciptakan ketenangan batin serta mendukung gaya hidup yang sesuai dengan prinsip syariah.

Terakhir, bagi pemerintah, khususnya lembaga terkait seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan dinas pariwisata, disarankan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan dan penyuluhan terhadap sertifikasi halal, terutama di kawasan wisata kuliner seperti Suryakencana. Hal ini penting dilakukan guna membentuk ekosistem kuliner yang ramah halal, memberikan kenyamanan bagi konsumen dan wisatawan muslim, serta memperkuat citra kawasan sebagai destinasi yang ramah halal.



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

- 10 Negara dengan Penduduk Muslim Terbanyak di Dunia 2025, Indonesia Nomor 1. (2025). GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-penduduk-muslim-terbanyak-di-dunia-2025-indonesia-nomor-1-jLsPi>
- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Adinegoro, K. R. R. (2022). Relasi Media Sosial Dan Pasar Dalam Perubahan Nilai Publik Mengenai Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Terhadap Pandangan Gaya Hidup Halal. *Halal Research*, 2(1), 1–7.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433–445.
- Agustriyani, A., Sosianika, A., Hardiyanto, N., & Kunci, K. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen pada Aplikasi Food Delivery selama Pandemi COVID-19. 4–5.
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Amanda, T., Winoto Tj, H., Kusniawati, A., & Surjaatmadja, S. (2021). Effect of Electronic Word Of Mouth, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4 (3), 6181–6190. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(3), 6181–6190.
- Amelia, R., & Hidayatullah, S. (2020). The Effect of Instagram Engagement to Purchase Intention and Consumers' Luxury Value Perception as the mediator in the Skylounge Restaurant. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(4), 958–966.
- Amruddin, Muskananfola, I. L., Febriyanti, E., Badi'ah, A., & Pandie, F. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Ananda, T. S. D., & Mutia, T. (2021). Fenomena Electronic Word-of-Mouth



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

- (eWOM) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram oleh Food Blogger Pekanbaru. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v3i1.11325>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Aqmal, D., & Febiyati, L. (2022). PENGARUH E-WOM, BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA GRAB MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 28–39.
- Arif, M. N. R. Al, & Mubarak, F. (2022). *Metode riset pada ekonomi dan bisnis*.
- Arsi, A. (2021). *REALIBILITAS INSTRUMEN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*. 1–8.
- Astiti, N. M. A. G. R., Eryani, A. A. P., Yudiastari, N. M., & Semaryani, A. A. M. (2023). *PENTINGNYA KEMASAN DALAM PEMASARAN PRODUK* (A. A. R. S. Laksmi (Ed.)). SCOPINDO MEDIA PUSTAKA. https://www.google.co.id/books/edition/PENTINGNYA_KEMASAN_DALAM_PEMASARAN_PRODUK/qB_HEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Astuti, C. C. (2021). PLS-SEM Analysis to Know Factors Affecting The Interest of Buying Halal Food in Muslim Students. *Jurnal Varian*, 4(2), 141–152. <https://doi.org/10.30812/varian.v4i2.1141>
- Auliya Izzah Hasanah, Rizka Fauziah, & Rachmad Risqy Kurniawan, SEI, M. (2021). Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 10.
- Azizah, N., Rizkinnikmatussolihah, M., & Santoso, M. A. (2022). *Perkembangan industri halal di ndonesia*. 1(2).
- Azizah, S. N. (2022). the Regulation of Halal Label in Non-Packaged Fast-Food Products in Indonesia Online Business. *Malaysian Journal of Syariah and Law*, 10(1), 132–139. <https://doi.org/10.33102/mjssl.vol10no1.364>



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

- Badan Pusat Statistik Prov. Jawa Barat. (2025). *Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit), 2021-2023*.
<https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzUyIzI=/banyaknya--usaha-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html>
- Barusman, A. R. P., & Suwandi, F. (2020). The impact of lifestyle, social media marketing, and influencer marketing on purchase decision for ayam geprek culinary business. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(9).
<https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I9/PR290317>
- Billah, M. M. (2022). *TEACHING AND RESEARCH METHODS FOR ISLAMIC*. Routledge.
- Bogor, P. K. (2019). *Kota Bogor Sabet Tiga Penghargaan di Natamukti Award 2019*. https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/13363/kota-bogor-sabet-tiga-penghargaan-di-natamukti-award-2019
- Bogor, P. K. (2025). *Pemkot Bogor dan Kemenag Siap Gencarkan Program Sehati*.
https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/102936/pemkot-bogor-dan-kemenag-siap-gencarkan-program-sehati
- Budiman, F. (2020). Perilaku Etis Dalam Islamic Marketing. *At-Tasyri'iy: Jurnal Prodi Perbankan Syariah*, 3(1), 44–54.
- Chasanah, C. L., & Muzammil, S. (2025). Sertifikasi Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam Perspektif Yuridis Jaminan Produk Halal telah diselenggarakan berdasarkan amanat Undang-Undang Proses Produk Halal (LP3H), Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan Komite Fatwa Produ. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(33).
- Dewi, S. R., & Gunanto, E. Y. A. (2023). The Effect of E-WOM, Halal Awareness, Influencer Marketing and Lifestyle to The Purchase Decision of Imported Packaged Food Products. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 5(1), 16–33. <https://doi.org/10.18326/ijier.v5i1.8946>
- Djakasaputra, A., Juliana, Aditi, B., Fachrurazi, & Mas'ad, M. A. (2023). The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Interest in Buying Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i2.2003>



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

- Firdiana, Arifin, R., & Muzdalifah, F. R. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk UMKM Di Malang Pada Situasi Covid 19 (Studi Kasus Konsumen UMKM Prabujaya Outfit Malang) Oleh. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(12), 13–14.
- Gandasari, N. M., Hunggu, A. H. L., Syahrani, A. N., Hidayat, R. R., Aji, A. A. M., & Mahipal. (2024). Tinjauan Kuliner Halal dalam Perkembangan Ekonomi Indonesia. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal (IERJ)*, 2, 234–251.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional. https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Konsumen_Marketplace/K79mEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Habibie, H. M. H., & Donna, D. R. (2020). Factors That Influence The Intention To Purchase Halal Food Products (Case Study Of Universitas Gadjah Mada Students. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 83–955.
- Hariono, L. (2019). Apakah E-Wom (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(1). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i1.4946>
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.18-27>
- Hasniar, R, A. R., & Jumriani. (2025). *Mediasi Keputusan Pembelian pada Label Halal Terhadap Pendapatan UMKM Produk Makanan dan Minuman di*. 4(2), 4430–4438.
- Heriyanto, & Taufiq. (2024). Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(1), 24–37.
- <http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf>^{0A}<http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003>^{0A}<http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007>^{0A}<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.12240>



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

23%0Ahttp://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10

- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). *ANALISIS FAKTOR ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (EWOM) DALAM. VI(2)*, 1049–1060.
- Ihsan, W., & Fata, Z. (2022). Konsep Makanan Halal Dan Tayyib Menurut Tanṭawi Bin Jawhari Al-Mishri Dalam Tafsirnya Al-Jawāhir Fī Tafsīr Al-Qur’Ān Al-Karīm. *JUSMA: Jurnal Studi Islam Dan Masyarakat*, 1(2), 38–56. <https://doi.org/10.21154/jusma.v1i2.566>
- Indonesia., K. P. R. (2025). *Respons Kemendag soal Food Vlogger Review Negatif Makanan dan Rugikan Pelaku Usaha*. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/respons-kemendag-soal-food-vlogger-review-negatif-makanan-dan-rugikan-pelaku-usaha>
- Indonesia, R. (2014). *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. Springer International Publishing. pringer International Publishing
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Jannah, W. (2023). PENGARUH LABEL HALAL, HARGA KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK MIE SAMYANG DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA MUSLIM DI KOTA JEMBER. *Jurnal Syntax Dmiration*, 4(8), 104–116.
- Khairunnisa, H., Lubis, D., & Hasanah, Q. (2020). Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal. *Al-Muzara’Ah*, 8(2), 109–127. <https://doi.org/10.29244/jam.8.2.109-127>
- Koeswinarno, K., & Zakiyah, Z. (2022). BABI, ANJING, DAN DARAH: Konstruksi Kebudayaan Kuliner Non-Halal. *Jurnal Sosiologi Agama*, 16(1), 17–36. <http://dx.doi.org/10.14421/jsa.2022.161-02%0Ahttps://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/SosiologiAgama/article/download/161-02/1991>



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

- Komala, O. N., Ellisa, E., & Andri Yatmo, Y. (2022). The characteristics of halal and non-halal food territories in multilayered mapping of Jakarta's Chinatown urban foodscape. *A/Z ITU Journal of the Faculty of Architecture*, 19(1), 119–135. <https://doi.org/10.5505/itujfa.2022.85688>
- Kristyadi, G. A., & Facrureza, D. (2024). *ANALYSIS OF LOCAL CULINARY CONSUMPTION ON THE ATTRACTIVENESS OF CULINARY TOURISM IN THE SURYA KENCANA AREA OF BOGOR*. 2(5), 1612–1619.
- Kusumastuti, D. (2020). Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 27–50. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>
- Mariana, T., Suhartanto, D., & Gunawan, A. I. (2020). Prediksi Minat Beli Makanan Cepat Saji Halal: Aplikasi Theory of Planned Behavior. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1), 1180–1185.
- Mashadi, & Amwila, A. Y. (2019). *TENTANG PUSAT USAHA PENJUALAN MAKANAN PADA USAHA KULINER*. October. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28124.54406>
- Masruroh, D., Harapan, R. S., & Wibisono, D. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Monokrom Store Yogyakarta). *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 112–128. <https://doi.org/10.53866/jimi.v3i2.283>
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). *Faktor –faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas*. 10, 62–68.
- Maulizah, R. (2024). *Pentingnya Produk Halal di Indonesia : Analisis Kesadaran Konsumen , Tantangan Dan Peluang The Importance of Halal Products in Indonesia : An Analysis of Consumer Awareness , Challenges and Opportunities*. 1(2), 129–147.
- Novita, M., Ismail, S., Solihin, M., & Asman, M. (2023). *UMKM BERTUMBUH MELALUI PENTAHILIX COLLABORATION* (T. W. Publish (Ed.)). WADE Group. https://www.google.co.id/books/edition/UMKM_BERTUMBUH_MELALU



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

I_PENTAHHELIX_COLLAB/T7A8EQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&kptab=get
book

- Nur, M. R. T., Fathoni, M. A., & Sari, L. P. (2021). The Impact of Awareness, Lifestyle and Halal Certification on The Buying Interests of MSME's Halal Food Products in DKI Jakarta. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 156–189. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v4i2.3207>
- Nurdahniar, I. (2021). LABEL NON HALAL SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN MUSLIM. *Jurnal Ilmu Hukum*, 34–51.
- Nurdin, S., & Sertiani, P. N. C. (2021). Penggunaan label halal dan harga dalam meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik. *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 111–122.
- Perguna, L. A., Irawan, L. Y., Kurniawati, E., Triharini, S., Pahlevi, D. S., & Febrianto, A. D. (2021). Halal for all: Geo spatial tourism of halal food stalls in Muslim minority tourist destinations. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 36(2 spl), 715–720. <https://doi.org/10.30892/GTG.362SPL20-702>
- Pinontoan, N. A., Djati, S. P., & Rahmanita, M. (2024). Strategi Dinas Pariwisata dalam Branding Destinasi Surya Kencana Bogor Pasca Pandemi. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 58–66. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.74848>
- Potensi Ekonomi Halal Indonesia Sangat Besar, Menkeu: Bisa Tingkatkan PDB USD5,1 Miliar per Tahun. (2023). Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Potensi-Ekonomi-Halal-Indonesia-Sangat-Besar>
- Puspita, A., & Andni, R. (2024). The Influence of Halal Labels, E-WOM (Electronic Word Of Mouth) and Customer Loyalty Towards The Decision To Purchase Halal Food On Shopee Food. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 16(1), 90–110. <https://doi.org/10.35891/ml.v16i1.5819>
- Putro, P. W., Asiyah, B. N., & Mashudi. (2023). Strategi Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Sebagai Inovasi Dalam Digitalisasi Pemasaran Entrepreneur Syariah. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 169–187.



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

- R, B., Sapa, N. Bin, Mutihiadin, C., & S, S. (2024). *Pentingnya Sertifikat Halal Dalam Perdagangan Internasional*. 4(1), 3000–3013.
- Rahmawati, R., Jatmiko, R. D., & Sa'diyah, C. (2022). The Effect of Brand Ambassador, Website Quality, and E-WOM on Purchase Decision in Shopee E-commerce. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 218. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.1023>
- Rasyid, M. A., & Mildawani, I. (2023). Kajian Genius Loci Pecinan Suryakencana Sebagai Potensi Wisata Budaya di Kota Bogor. *SADE : Jurnal Arsitektur, Planologi Dan Teknik Sipil*, 2(1), 15–21. <https://doi.org/10.29303/sade.v2i1.33>
- Rosalisa, S., Gunadi, A., & Rusli, M. (2015). Strategi Pemasaran Kawasan Pecinan Suryakencana Bogor Sebagai Destinasi Wisata Budaya. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, III(Juni), 2339–1987.
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 7(1).
- Sabita, R., & Mardalis, A. (2023). Do celebrity endorsement, halal label, and Word of Mouth affect Millennials to purchase skincare? *Journal of Enterprise and Development*, 5(2), 257–275. <https://doi.org/10.20414/jed.v5i2.6968>
- Salim, R., & Carina, N. (2023). Revitalisasi Kawasan Pecinan Suryakencana Bogor Sebagai Sebuah Strategi Dalam Meningkatkan Citra Kawasan. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(2), 1737–1750. <https://doi.org/10.24912/stupa.v4i2.22250>
- Saniah, N., & Farhan, M. (2023). Etika Komunikasi Islam Dalam Pemanfaatan Media Sosial. *ISME : Journal of Islamic Studies and Multidisciplinary Research*, 1(2), 41–49. <https://doi.org/10.61683/isme.vol12.2023.41-49>
- Saputra, S., & Barus, F. M. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–11. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia.



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

Indonesian Journal of Halal Research, 2(2), 55–60.
<https://doi.org/10.5575/ijhar.v2i2.6657>

Sindunata, I. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.

Siregar, A. I. (2024). *Studi Literature : Hubungan E-WOM dan Keputusan Pembelian*. 3(1), 50–58.

Sri Ernawati, & Iwan Koerniawan. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215.
<https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>

Stafford, A., Kenneth, P., Wulan, S., & Vanda, M. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan di Tiktok Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Generasi Z*. 6(2), 47–50.

Subiyantoro, Lisdiantini, N., & Setiyawan, D. (2019). PEMANFAATAN KOMUNIKASI DARI MULUT KE MULUT (WORD OF MOUTH) DALAM BISNIS AYAM PANGGANG GANDU. *Epicheirisi Volume*, 3, 29–35.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Sukmaningati, R., & Sulistianto, N. (2019). Perancangan Identitas Visual Di Jalan Suryakencana Sebagai Salah Satu Daya Tarik Kuliner Khas Bogor. ... *of Art & ...*, 6(2), 1081–1089.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/download/9360/9229>

Suryaputri, R. V. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Halal. *Taraadin : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1.
<https://doi.org/10.24853/trd.1.1.1-15>

Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16–42.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>

Syaifullah, I. A., Sulthoni, A., & Saputra, A. (2025). Konsep Makanan Halal, Thayyib dan Haram dalam Al-Qur'an Menurut Tafsir Asy-Sya'Rawi. *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

Ilmu Ushuluddin, 4(1), 21–41. <https://doi.org/10.52431/ushuly.v4i1.2998>

Tsani, A. F., Susilo, H., Setiawan, U., Suyanto, & Sudanto. (2021). Halal and Thayyib Food in Islamic Sharia Perspective (Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Syariat Islam). *Ijma*, 1(1), 97–109.

Usmi, V., Nagara, S. H., Majestica, A., Sukmawati, S., & Lestarka, D. P. (2024). Hak atas Informasi bagi Konsumen terhadap Labelisasi Halal dan Non Halal pada Industri Kuliner. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i1.3173>

Viariani, W., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ketahanan UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal saat Pandemi COVID-19 di Kota Banda Aceh* *Analysis of Factors Affecting the Resilience of Halal Certified Food and Beverage MSMEs during the COVID-19 Pandemic in. 2022(1), 33–45.* <https://doi.org/10.29244/jam.10.1.33-45>

Wardhana, H. W., Wahab, Z., Shihab, M. S., & ... (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Pada E-Commerce Zalora dengan Brand Image *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XII(3), 431–446. <http://www.journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/627%0Ah> <http://www.journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/download/627/360>

Zuchri Abdussamad. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.



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



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 Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Pembelian Konsumen di Suryakencana Bogor

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Dinda Cahaya Pratiwi, mahasiswi tingkat akhir Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Pembelian Konsumen di Suryakencana Bogor”.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Beragama Islam (Muslim)
- 2) Pernah membeli produk kuliner di kawasan Suryakencana.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan para responden yang memenuhi kriteria tersebut dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Seluruh data dan informasi yang ada pada kuesioner ini akan sangat dijaga kerahasiaannya dengan tidak dipublikasikan dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Saya mengucapkan terima kasih atas partisipasi responden yang telah mengisi kuesioner, semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan dan keberkahan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Peneliti,

Dinda Cahaya Pratiwi

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. Kriteria Responden

- 1) Muslim
- 2) Pernah membeli produk kuliner di kawasan Suryakencana

B. Petunjuk Pengisian

Pernyataan-pernyataan berikut berkaitan dengan persepsi Anda. Silakan pilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda berdasarkan skala berikut:

Keterangan		Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

C. Pernyataan Kuesioner

a) Tahap Skining

Jika Responden menjawab “Ya” maka responden bisa melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Namun bila menjawab “Tidak” mohon untuk tidak melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda beragama Islam?		
2	Apakah Anda pernah membeli produk kuliner di Suryakencana?		

b) Identitas Responden

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Nama	
2	Usia	17–20 tahun
		21–25 tahun
		26–30 tahun
		31–40 tahun

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

		> 40 tahun
3	Jenis Kelamin	Perempuan
		Laki-laki
4	Pendidikan Terakhir	SMA / SMK / MA
		Diploma (D1/D2/D3)
		Sarjana (S1)
		Magister (S2)
		Doktor (S3)
5	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa
		Karyawan
		Wirausaha
		PNS
6	Pendapatan perbulan	Kurang dari Rp500.000
		Rp500.000 - Rp1.000.000
		Rp1.000.000 - Rp2.500.000
		Rp2.500.000 - Rp4.000.000
		Rp4.000.000 - Rp6.000.000
		Lebih dari Rp6.000.000

c) Label Halal

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memperhatikan logo halal pada kemasan produk sebelum membeli.					
2	Tulisan yang menjelaskan kehalalan produk meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk tersebut.					
3	Saya merasa lebih yakin membeli produk yang memiliki kombinasi gambar dan tulisan halal.					

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

4	Informasi halal berbentuk tulisan sangat membantu saya dalam memastikan kehalalan produk.					
5	Adanya simbol halal dari lembaga resmi membuat saya lebih percaya pada produk tersebut.					
6	Saya lebih memilih membeli makanan yang menyertakan informasi halal, baik berupa gambar, tulisan, maupun simbol lainnya.					

d) Electronic Word of Mouth

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya sering melihat ulasan kuliner Suryakencana dari media sosial atau platform online.					
2	Komentar positif dari pengguna internet membuat saya tertarik mencoba produk tersebut.					
3	Saya cenderung percaya pada rekomendasi makanan dari pengguna media sosial.					
4	Saya membaca informasi tentang rasa, kualitas, dan harga dari ulasan online sebelum membeli.					
5	Ulasan dari orang lain memengaruhi keputusan saya dalam memilih makanan halal.					
6	Saya aktif mencari informasi tambahan tentang makanan dari					



Hak Cipta :

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

	Suryakencana melalui media sosial atau platform online.					
--	---	--	--	--	--	--

e) Minat Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya tertarik mencoba makanan halal yang dijual di Suryakencana.					
2	Saya merasa terdorong untuk membeli kuliner di Suryakencana setelah melihat logo halal dan membaca ulasan online.					
3	Saya yakin bahwa produk dengan label halal memiliki kualitas yang baik.					
4	Saya percaya bahwa makanan halal lebih memberikan manfaat bagi saya.					
5	Saya ingin terus membeli produk kuliner yang jelas kehalalannya.					
6	Saya merasa lebih aman dan yakin membeli makanan yang disarankan oleh pengguna media sosial dan memiliki label halal.					

Lampiran 2 Penyebaran Poster Kuesioner



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 Tabulasi Data Kuesioner Responden

1. Dilarang a. Peng
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

NO	X1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5
6	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4
7	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
8	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
9	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
10	4	5	2	4	5	5	4	2	2	4	2	4	4	5	5	4	4	5
11	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4
14	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	4	3	4	2	2	4	1	4	3	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
21	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4
22	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
24	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	2	5	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5
26	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
28	5	4	5	4	5	5	3	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
30	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
32	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
33	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
35	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
36	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5



37	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
39	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	3	4	2	2	4	4	4	5	5	4	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
42	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	5	5	5	4
43	4	4	4	4	3	2	5	3	4	5	2	3	3	3	3	3	3
44	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	4
45	3	4	4	5	4	2	5	4	5	3	3	5	4	4	4	4	5
46	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
48	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5
52	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4
53	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5
54	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4
55	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
56	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
57	5	2	3	1	5	4	3	4	1	5	2	1	4	4	3	5	2
58	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	3	3	5
59	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4
60	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4
61	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
62	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
63	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
64	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
65	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
66	4	5	5	4	5	2	5	4	5	3	5	4	4	5	4	3	5
67	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	3
68	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
69	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
70	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4
71	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5
74	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4
75	4	3	3	4	5	2	2	4	3	5	3	4	4	5	3	4	3
76	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	3	4
77	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
78	4	5	2	4	5	2	2	4	4	2	5	5	4	4	4	5	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-test

1. Hasil uji validitas dan reliabilitas pretest label halal (X1)

Hak Cipta :

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

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	TOTALX1
X11	Pearson Correlation	1	.076	.240	.416*	.003	.343	.581**
	Sig. (2-tailed)		.691	.201	.022	.986	.064	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.076	1	.324	.160	.353	.265	.573**
	Sig. (2-tailed)	.691		.081	.397	.056	.157	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.240	.324	1	.402*	.171	.477**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.201	.081		.028	.366	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.416*	.160	.402*	1	.281	.315	.723**
	Sig. (2-tailed)	.022	.397	.028		.132	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.003	.353	.171	.281	1	-.054	.463**
	Sig. (2-tailed)	.986	.056	.366	.132		.776	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.343	.265	.477**	.315	-.054	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.064	.157	.008	.090	.776		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.581**	.573**	.703**	.723**	.463**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.010	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	6

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 pres-test variabel electronic word of mouth (X2)

		Correlations						
		X21	X22	X23	X24	X25	X26	TOTALX2
X21	Pearson Correlation	1	.015	.253	.079	-.064	.330	.489**
	Sig. (2-tailed)		.937	.178	.678	.737	.075	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.015	1	.243	.124	.440*	.080	.506**
	Sig. (2-tailed)	.937		.196	.515	.015	.673	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.253	.243	1	.280	.100	.486**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.178	.196		.134	.598	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.079	.124	.280	1	.118	.402*	.557**
	Sig. (2-tailed)	.678	.515	.134		.534	.028	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	-.064	.440*	.100	.118	1	.249	.514**
	Sig. (2-tailed)	.737	.015	.598	.534		.185	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X26	Pearson Correlation	.330	.080	.486**	.402*	.249	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.075	.673	.006	.028	.185		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.489**	.506**	.667**	.557**	.514**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.004	.000	.001	.004	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.615	6

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 minat pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	0.000	.240	.341	-.053	.222	.472**
	Sig. (2-tailed)		1.000	.201	.065	.782	.239	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	0.000	1	.231	.073	.337	.100	.497**
	Sig. (2-tailed)	1.000		.219	.702	.068	.601	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.240	.231	1	.658**	.378*	.006	.773**
	Sig. (2-tailed)	.201	.219		.000	.040	.976	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.341	.073	.658**	1	.265	.070	.731**
	Sig. (2-tailed)	.065	.702	.000		.156	.712	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	-.053	.337	.378*	.265	1	.133	.569**
	Sig. (2-tailed)	.782	.068	.040	.156		.483	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.222	.100	.006	.070	.133	1	.408*
	Sig. (2-tailed)	.239	.601	.976	.712	.483		.025
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.472**	.497**	.773**	.731**	.569**	.408*	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.005	.000	.000	.001	.025	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	6

Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Hasil uji validitas dan reliabilitas pre-test variabel Label Halal (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.350**	.298**	.339**	.077	.392**	.650**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.001	.449	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.350**	1	.187	.404**	.149	.354**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000		.062	.000	.139	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.298**	.187	1	.475**	.210*	.344**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.003	.062		.000	.036	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.339**	.404**	.475**	1	.224*	.242*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.025	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.077	.149	.210*	.224*	1	.192	.415**
	Sig. (2-tailed)	.449	.139	.036	.025		.056	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.392**	.354**	.344**	.242*	.192	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.015	.056		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TX1	Pearson Correlation	.650**	.655**	.665**	.708**	.415**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	6

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penerbitan laporan, penerbitan 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

2. Hasil uji vailiditas dan reliabilitas pre-test variabel Electronic Word of Mouth (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.245*	.329**	.384**	.317**	.433**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.014	.001	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.245*	1	.341**	.145	.400**	.236*	.572**
	Sig. (2-tailed)	.014		.001	.149	.000	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.329**	.341**	1	.352**	.351**	.390**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.384**	.145	.352**	1	.254*	.215*	.580**
	Sig. (2-tailed)	.000	.149	.000		.011	.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.317**	.400**	.351**	.254*	1	.230*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.011		.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.433**	.236*	.390**	.215*	.230*	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.032	.022		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TX2	Pearson Correlation	.696**	.572**	.723**	.580**	.654**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	6

3. Hasil uji vailiditas dan reliabilitas pre-test variabel Minat Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.322**	.342**	.368**	.136	.349**	.647**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.000	.178	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.322**	1	.214*	.146	.270**	.257**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.001		.033	.148	.006	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.342**	.214*	1	.397**	.346**	.472**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.001	.033		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.368**	.146	.397**	1	.256*	.138	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.148	.000		.010	.170	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.136	.270**	.346**	.256*	1	.389**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.178	.006	.000	.010		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.349**	.257**	.472**	.138	.389**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.170	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TY	Pearson Correlation	.647**	.548**	.748**	.596**	.617**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	6

Hak Cipta :

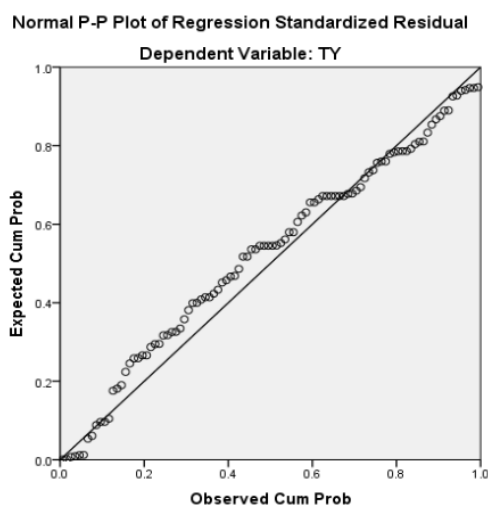
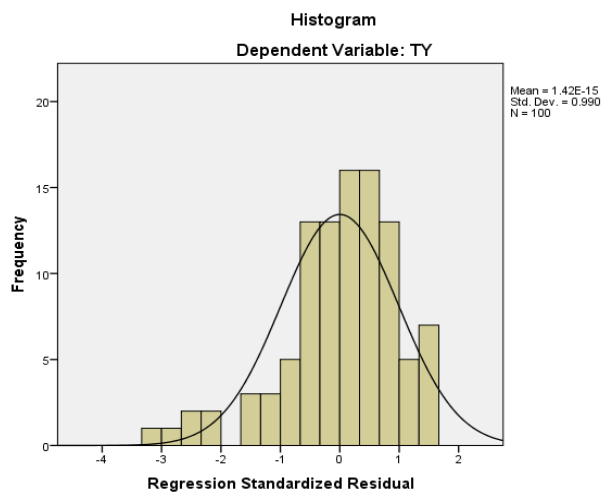
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 6 Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74590819
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.057
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 ^c



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

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 TX1	.775	1.291
TX2	.775	1.291

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.853	1.314		2.932	.004
TX1	-.061	.053	-.132	-1.165	.247
TX2	-.035	.040	-.096	-.853	.396

Lampiran 7 Uji Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.058	2.044		2.475	.015
Label Halal	.652	.082	.625	7.980	.000
Electronic Word of Mouth	.154	.063	.191	2.440	.017

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

Lampiran 8 Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.058	2.044		2.475	.015
TX1	.652	.082	.625	7.980	.000
TX2	.154	.063	.191	2.440	.017

2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	353.939	2	176.969	56.884	.000 ^b
Residual	301.771	97	3.111		
Total	655.710	99			

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.530	1.764

Lampiran 9 Tabel Distribusi R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

- 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



Lampiran 10 Tabel Distribusi T

- Hak**
- 1. Di**
- 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

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

Lampiran 11 Tabel Distribusi F

67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

1. D
- Hal
- 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

Lampiran 12 Observasi Objek Penelitian

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 13. Bukti Sertifikat Halal di Suryakencana

Sertifikat halal fisik Kedai Asih



Sertifikat halal digital Laoban



Kebijakan halal De Paris

