



© 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



**ANALISIS PENGARUH *HALAL AWARENESS*, RELIGIUSITAS, GAYA
HIDUP, DAN *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* DAN KOSMETIK HALAL
(STUDI PADA GENERASI Z DI DKI JAKARTA)**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**DISUSUN OLEH:
RIFA AMALIA**

1804411017

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2022



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

SKRIPSI TERAPAN



**ANALISIS PENGARUH *HALAL AWARENESS*, RELIGIUSITAS, GAYA HIDUP, DAN *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* DAN KOSMETIK HALAL
(STUDI PADA GENERASI Z DI DKI JAKARTA)**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta**

**DISUSUN OLEH:
RIFA AMALIA**

1804411017

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2022**



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan 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 Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Rifa Amalia

NIM : 1804411017

Tanda tangan :



Tanggal : 25 Agustus 2022

**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



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rifa Amalia

NIM : 1804411017

Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Halal Awareness*, Religiusitas, Gaya Hidup, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Dede Abdul Fatah, SHI., M.Si. ()

Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di: Depok

Tanggal: 25 Agustus 2022

Ketua Jurusan Akuntansi



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



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rifa Amalia
Nomor Induk Mahasiswa : 1804411017
Jurusan/Program Studi : Akuntansi / D4 Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengaruh *Halal Awareness*, Religiusitas, Gaya Hidup, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)

Disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.
NIP. 196206081991032001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Program Studi

Ida Syafrida, S.E., M.Si.
NIP. 197602042005012001

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



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga kita masih dapat merasakan nikmat iman dan islam. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi kita, makhluk-Nya yang paling mulia yakni Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat-sahabat beliau dan semoga kita para umatnya mendapatkan syafa'at di *Yaumul Akhir* kelak. Aamiin.

Alhamdulillah atas izin Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Diploma IV Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan baik moril maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih atas bantuan serta partisipasi dari berbagai pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi terapan ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi PNJ.
3. Ibu Ida Syafrida, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi D4-Keuangan dan Perbankan Syariah sekaligus dosen pada beberapa mata kuliah. Terima kasih atas dedikasi yang telah diberikan.
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, semangat serta arahan dalam penyusunan skripsi ini dengan sangat baik.
5. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
6. Seluruh staf dan karyawan Politeknik Negeri Jakarta yang telah baik dan sabar dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa.

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

7. Teristimewa kepada Bapak Oning dan Ibu Masitoh selaku kedua orangtua serta Fitri dan Salma kakak-adik tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara materi dan non materi serta memberikan semangat tiada henti.
8. Putri Azizah, Ayu Rahmah, Shalsa Alfira, Alya Nugrahanti yang selalu membantu memberikan banyak saran dan *support* juga sebagai pengingat hal-hal baik selama penyusunan skripsi.
9. Muhammad Syahrul Prayitno, S.Tr.Ak dan Deana Nawang Wulan, S.Tr.Ak sebagai senior yang memberikan banyak informasi, saran, dan arahan selama penyusunan skripsi.
10. Teman-teman Keuangan dan Perbankan Syariah 2018 dan seluruh pihak yang membantu dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Sebagai penutup, dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Semoga laporan skripsi terapan ini dapat memberikan manfaat yang seluas-luasnya dan menjadi suatu kebaikan bagi pembaca dan penulis khususnya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, Juli 2022

Penulis

Rifa Amalia

NIM. 1804411017



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Rifa Amalia
NIM : 1804411017
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

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

“Analisis Pengaruh *Halal Awareness*, *Religiusitas*, *Gaya Hidup*, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)”

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

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 25 Agustus 2022

Yang menyatakan

Rifa Amalia

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 kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Rifa Amalia
Keuangan dan Perbankan Syariah

**Analisis Pengaruh *Halal Awareness*, Religiusitas, Gaya Hidup, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* dan Kosmetik Halal
(Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)**

ABSTRAK

Permintaan produk halal di dunia kini sangat meningkat karena jumlah populasi Muslim yang terus meningkat pula. Kesadaran akan halal pada sektor makanan sangat tinggi di kalangan konsumen dan pemerintah. Namun sebaliknya, permintaan kosmetik dan produk kecantikan halal tidak begitu kuat dibandingkan sektor makanan halal. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *halal awareness*, religiusitas, gaya hidup, dan *viral marketing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Muslim Generasi Z di DKI Jakarta yang pernah membeli dan menggunakan *skincare* dan kosmetik merek apapun. Metode analisa yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan *software* LISREL 8.8. Jumlah sampel diambil sebanyak 235 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *halal awareness*, gaya hidup, dan *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* dan kosmetik halal, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh. Kebaruan penelitian ini adalah menganalisis variabel gaya hidup sebagai variabel independen yang masih jarang ditemukan untuk penelitian di sektor industri kosmetik dan perawatan kulit, dan subjeknya adalah Generasi Z yang belum banyak ditemukan pada penelitian sebelumnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi *stakeholders*/produsen industri *skincare* dan kosmetik halal dalam menyusun strategi pemasaran untuk mencapai keputusan pembelian konsumen khususnya Generasi Z.

Kata Kunci: *Halal Awareness*, Religiusitas, Gaya Hidup, *Viral Marketing*, Keputusan Pembelian

Hak Cipta :

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



Rifa Amalia
Keuangan dan Perbankan Syariah

*Analysis of the Effect of Halal Awareness, Religiosity, Lifestyle, and Viral Marketing on Purchase Decisions for Halal Skincare and Cosmetics Products
(Study on Generation Z in DKI Jakarta)*

ABSTRACT

The demand for halal products in the world is now increasing because the number of Muslim population continues to increase as well. Awareness of halal in the food sector is very high among consumers and the government. Otherwise, the demand for halal cosmetics and beauty products is not that strong compared to the halal food sector. This research aims to analyze the effect of halal awareness, religiosity, lifestyle, and viral marketing on purchase decisions for halal skincare and cosmetic products. The population of this research is all Muslim consumers of Generation Z in DKI Jakarta who have bought and used any brand of skincare and cosmetics. The statistic tool used is SEM (Structural Equation Modeling with data processing LISREL 8.8. Number of samples taken is 235 respondents. Results showed that halal awareness, lifestyle, and viral marketing had a positive and significant effect on purchase decisions for halal skincare and cosmetics, while, religiosity did not affect. The novelty of this research is analyzing a lifestyle variable as an independent variable that is still rarely found for research in the cosmetics and skincare industry sector, and the subject is Generation Z which has not been found in many previous research. The results of this study are expected to be useful for industry stakeholder/producers of halal skincare and cosmetics in developing marketing strategies to reach consumer purchase decisions, especially Generation Z.

Keyword: Halal Awareness, Religiosity, Lifestyle, Viral Marketing, Purchase Decisions

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
4.1.1 Landasan Teori	12
2.1.1. Produk <i>skincare</i> dan kosmetik halal	12
2.1.2. <i>Halal Awareness</i>	16
2.1.3. Religiusitas	17
2.1.4. Gaya Hidup	18
2.1.5. <i>Viral Marketing</i>	19
2.1.6. Keputusan Pembelian.....	20



Hak Cipta :

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

2.1.7.	Generasi Z	21
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Pemikiran	25
2.4	Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1.	Jenis Penelitian	27
3.2.	Objek Penelitian	27
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.4.	Metode Pengambilan Sampel	29
3.5.	Jenis dan Sumber Data Penelitian	30
3.6.	Metode Pengumpulan Data Penelitian	30
3.7.	Definisi Operasional Variabel	31
3.8.	Metode Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Desain Penelitian	46
4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>pre-test</i>)	46
4.1.2	Gambaran Umum Responden	48
4.1.3	Uji Normalitas	51
4.2	Spesifikasi Model	53
4.3	Identifikasi Model	54
4.4	Estimasi Model	55
4.5	Evaluasi Model	55
4.6	Respesifikasi Model	64
4.7	Reidentifikasi Model	65
4.8	Analisis Model Struktural	65
4.8.1.	Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>)	65



Hak Cipta :

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

4.8.2. Uji Hipotesis	67
4.9 Hasil Pengujian Hipotesis	70
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	85





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan 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 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Ukuran Sampel Minimal untuk SEM.....	29
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 4 Ukuran-ukuran <i>Goodness of Fit</i> Menurut Beragam Sumber	41
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Pre-test</i>	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner <i>Pre-test</i>	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Usia Responden.....	48
Tabel 4. 5 Karakteristik Domisili Responden	49
Tabel 4. 6 Karakteristik Pekerjaan Responden	49
Tabel 4. 7 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	49
Tabel 4. 8 Karakteristik Pemasukan/Pendapatan Responden.....	50
Tabel 4. 9 Karakteristik Pengeluaran Pembelian Produk <i>Skincare</i> /Kosmetik Responden.....	50
Tabel 4. 10 Hasil <i>Offending Estimates</i>	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel (Awal)	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel (Akhir).....	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index</i> (Awal).....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index</i> (Akhir).....	66
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis.....	69
Tabel 4. 17 Ikhtisar Hasil Pengujian Hipotesis	70



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 2. 1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Metode <i>Monte Carlo</i>	52
Gambar 4. 3 Model Penelitian Lengkap (<i>Full Hybrid Model</i>)	53
Gambar 4. 4 Model Pengukuran CFA (Awal).....	56
Gambar 4. 5 Model Pengukuran CFA (Akhir).....	60
Gambar 4. 6 Model Penelitian Lengkap/ <i>Full Hybrid Model</i> (Respesifikasi).....	64
Gambar 4. 7 <i>Standardized Loading Factor</i> Model Struktural	68
Gambar 4. 8 <i>T-values</i> Model Struktural	68
Gambar 4. 9 <i>Structural Equations</i>	68



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	86
Lampiran 2	Hasil Jawaban Kuesioner Responden	94
Lampiran 3	Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	103
Lampiran 4	Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	114
Lampiran 5	<i>Offending Estimates</i> _SLF	115
Lampiran 6	Uji Validitas (Akhir)_SLF	116
Lampiran 7	Uji Validitas (Akhir)_ <i>T-value</i>	117
Lampiran 8	<i>Goodness of Fit Test</i>	118

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 Penelitian

Permintaan produk halal di dunia kini sangat meningkat karena jumlah populasi Muslim yang terus meningkat yang mana diperkirakan akan tumbuh sekitar 26,4% (2,2 miliar) dari populasi dunia (8,3 miliar) pada tahun 2030. Di sektor makanan, kesadaran akan halal sangat tinggi di kalangan konsumen dan pemerintah. Namun sebaliknya, permintaan kosmetik dan produk kecantikan halal tidak begitu kuat dibandingkan sektor makanan halal (Mustafar, Ismail, Othman, & Abdullah, 2018).

Dalam hal konsumsi halal, sejatinya tidak hanya makanan yang harus diperhatikan, namun penggunaan produk kecantikan seperti *skincare* dan kosmetik juga dikatakan sebagai konsumsi non-pangan sehingga hal ini tidak bisa disepelekan. Tanpa disadari, setiap harinya kita tidak terlepas dari penggunaan produk *skincare* dan kosmetik, seperti penggunaan sabun mandi, sampo rambut, pasta gigi, *lotion*, dll. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan produk *skincare* dan kosmetik sudah menjadi suatu kebutuhan sehari-hari.

State of The Global Islamic Economy Report 2020/2021 melaporkan bahwa pengeluaran untuk kosmetika pada tahun 2019 sebesar 66 miliar dolar dari 1,9 miliar konsumen Muslim di seluruh dunia, pengeluaran ini naik sebesar 3,4% dari tahun sebelumnya. Di dalam *report* tersebut juga terlihat bahwa Indonesia merupakan negara ke-2 setelah India dengan pengeluaran terbanyak untuk sektor kosmetika halal, yakni sebesar \$4 miliar. Indonesia juga diperkirakan akan menjadi sebuah pendorong utama untuk kosmetika bersertifikat halal, dengan penduduk negeri sebesar 270 juta yang membutuhkan pelabelan halal pada tahun 2024. Cheong, Coulthart, Kanawati, Han, Li, Maryarini, Ono, Pookan, Robles, & Rumeral (2016) dalam Chin, Jiang, Mufidah, Persada, & Noer (2018) juga mengatakan bahwa Indonesia akan menjadi salah satu dari lima pasar

kosmetik teratas karena posisinya sebagai ekonomi terbesar di Asia Tenggara untuk 10-15 tahun ke depan.

State of The Global Islamic Economy Report 2020/2021 merilis lima negara teratas peringkat indikator produk farmasi dan kosmetika halal dengan Malaysia berada di urutan tertatas lalu disusul oleh Uni Emirat Arab, Singapura, Iran, dan Mesir. Sangat disayangkan untuk indikator ini Indonesia belum berada di peringkat yang cukup bagus. Hal inilah yang harus menjadi perhatian bagi para pelaku industri *skincare* dan kosmetika serta masyarakat Indonesia sendiri.

Penikmat produk kecantikan di Indonesia pada awalnya hanya melirik kosmetik dekoratif (*make-up*) saja namun kini sudah mulai menyadari bahwa kulit juga membutuhkan perawatan yang maksimal. Hal tersebut yang membuat popularitas produk perawatan kulit atau *skincare* mulai naik (Ghaizani, Pangestuti, & Devita, 2018). Di Indonesia sendiri, kosmetik halal dikatakan halal jika sudah diuji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia atau yang disebut LPPOM MUI (Suryowati & Nurhasanah, 2020).

Sejauh mana dan seberapa tinggi tingkat kesadaran, kepedulian, dan pengetahuan konsumen yang berkenaan dengan produk halal disebut dengan *halal awareness* (Aziz & Chok, 2013). Sebagai umat Muslim penting bagi mereka untuk menggunakan produk berlabel halal, hal ini merupakan bagian dari kesadaran seseorang. Meskipun pada saat ini masih sangat sedikit kepedulian dan pengetahuan konsumen akan produk halal, tentang komponen halal, dan hal lainnya sebagai penentu yang memiliki dampak pada minat beli konsumen (Nurhayati, 2019). Oleh karena itu, *halal awareness* ini cukup besar pengaruhnya dalam pembelian produk halal konsumen (Aziz & Chok, 2013).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sekitar 20% konsumen Muslim tidak mencari sertifikasi halal saat membeli produk dan sebagian besar konsumen akan membeli produk yang tidak memiliki logo jika tidak ada alternatif lainnya. Oleh karena itu, perilaku dan tingkat kesadaran



© 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

konsumen yang rendah inilah yang menyebabkan produsen kosmetik tidak peduli akan pentingnya sertifikasi halal (Mustafar, *et.al*, 2018). Hal ini juga di dukung oleh penelitian Suryowati & Nurhasanah (2020) terhadap 100 responden Muslimah DKI Jakarta ditemukan hasil bahwa tingkat *halal awareness* hanya diangka 40,2% saja. Permasalahan ini juga diperkuat dengan *pra-survey* yang dilakukan penulis pada April 2022 terhadap 70 responden Generasi Z di DKI Jakarta yang menunjukkan bahwa hanya 18,6% responden yang menjadikan label/logo halal dalam pertimbangan memilih produk, 51,4%-nya memilih keamanan produk (BPOM), padahal produk yang terdaftar di BPOM RI belum tentu memiliki sertifikat halal (LPPOM MUI, 2021). Sebanyak 40% responden tidak memperhatikan informasi halal terkait bahan baku yang terkandung. Hal ini yang menjadikan tingkat *halal awareness* Generasi Z di Jakarta masih tergolong rendah. Padahal menurut Jakarta Open Data, warga DKI Jakarta yang beragama Islam sebanyak 83,75% dari total warga DKI Jakarta di tahun 2020.

Muslim yang religius tidak akan mengonsumsi produk yang mengandung zat haram atau berbahaya. Semakin tinggi tingkat religius seorang Muslim maka akan semakin tinggi pula kehati-hatiannya dalam mengonsumsi produk *skincare* dan kosmetik halal. Religiusitas merupakan keyakinan seseorang dalam beragama yang menjadi landasan dalam melakukan sesuatu sesuai dengan perintah dan juga menjauhi semua yang dilarang Tuhan. Tingkat religius ini yang menjadi sikap bagi Muslim untuk mengambil keputusan dalam mengonsumsi produk halal (Islam & Chandrasekaran, 2016).

Berdasarkan survei nasional di tahun 2021 yang dilakukan oleh *Media and Religious Trends in Indonesia* (MERIT) dan Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menyimpulkan bahwa Generasi *Millennial* dan Generasi Z paling rendah tingkat religiusitasnya dibanding generasi tua. Hasil *pra-survey* oleh penulis juga menunjukkan bahwa tingkat religiusitas Generasi Z di DKI Jakarta rendah, khususnya di kalangan perempuan karena sebanyak 35,4%



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

responden tidak mempertimbangkan jenis mascara (*waterproof/non-waterproof*) yang dipakai saat menjalankan ibadah shalat dan hampir 70% responden perempuan memilih langsung berwudhu tanpa menghapus *make-up* terlebih dahulu jika sedang berpergian, padahal *make-up* sendiri dapat menghalangi sampainya air ke anggota wudhu. Fakta lainnya juga menunjukkan bahwa sebanyak 27,1% responden merasa tidak berdosa/biasa saja jika menggunakan produk non-halal. Rendahnya tingkat religiusitas juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Suryowati & Nurhasanah (2020) terhadap responden Muslimah DKI Jakarta dengan menunjukkan hasil bahwa hanya 41,9% tingkat religiusitasnya dan ini bisa dikatakan cukup rendah ditengah-tengah mayoritas penduduk Muslim di DKI Jakarta.

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari bagaimana dia hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Selain itu, gaya hidup menurut Kotler & Armstrong (2008) adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.

Permasalahan gaya hidup Generasi Z di Indonesia yang konsumtif dapat dilihat dari hasil riset yang dilakukan oleh ZAP *Beauty Index* 2020. Riset tersebut menyebutkan bahwa hampir seluruh pengeluaran Generasi Z dibelanjakan untuk perawatan kecantikan. Dari hasil *pra-survey* juga didapat bahwa 25,8% Generasi Z selalu menggunakan produk *skincare* dan kosmetik halal selama 5 hari dalam seminggu, sebanyak 84,3% responden lebih suka belanja secara *online* sehingga dapat disimpulkan bahwa generasi ini memiliki gaya hidup digital dan menjadikan *skincare* serta kosemtik halal menjadi suatu kebutuhan atau barang konsumsi di setiap aktivitasnya. Fakta lain yang ditemukan adalah sebanyak 81,4% responden menyatakan dirinya lebih konsumtif jika melakukan pembelian produk secara *online*. Gaya hidup konsumtif di kalangan Generasi Z juga didukung oleh penelitian Simangunsong (2018) di mana Generasi Z Indonesia cenderung segera membelanjakan uangnya jika memiliki keinginan atas produk tertentu sehingga dapat dikatakan generasi ini memiliki gaya hidup yang konsumtif.

© 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



Media sosial merupakan suatu alat atau sarana dimana konsumen berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain dan perusahaan atau sebaliknya (Mustikasari & Widaningsih, 2019). Penyampaian informasi melalui media sosial secara berturut-turut disebut dengan *viral marketing*. *Viral marketing* dapat didefinisikan sebagai sebuah strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara menyebarkan informasi produk atau opini dari mulut ke mulut menggunakan media digital kepada lingkungan sekitar (Tanuwijaya & Mulyandi, 2021).

Pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa per Maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di peringkat ke-3 pengguna internet terbanyak di Asia (Internet World Stats, 2021). Data juga menunjukkan bahwa lebih dari 54% populasi di Indonesia adalah Generasi Z dan *Millennial* yang memiliki gaya hidup digital (APJII, 2021). Meningkatnya akses media sosial di Indonesia membuat para pemasar mulai menggunakan media sosial ini sebagai alat untuk promosi. Namun hasil *pra-survey* yang dilakukan oleh penulis menunjukkan 25,7% responden berpendapat bahwa karakter *brand ambassador* yang muslimah tidak berpengaruh dalam pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal, 27,1% responden menyatakan bahwa *beauty influencer* tidak berpengaruh dalam pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal serta masih ada 20,3% responden yang merasa jengah dan menganggap *spam* jika ada konten yang dipromosikan selalu menjadi topik perbincangan publik.

Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen akan berusaha mencari informasi bagaimana cara membuat keputusan pembelian yang tepat. Dalam memenuhi kebutuhannya, umat Muslim harus selalu konsisten dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Dari segi kualitas, setiap Muslim harus memperhatikan kehalalan dan juga *thayyib* atas produknya. Pemahaman agama yang lebih baik membuat umat Muslim lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi (Elkasysyaf & Hartati, 2021).

© 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 , pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Dalam Simangunsong (2018), Hellen Katherina, Direktur Eksekutif, Kepala Bisnis Pengawasan, Nielsen Indonesia mengatakan bahwa Generasi Z yang lahir di era digital ini sudah memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian dalam keluarga pada usia mudanya. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik Indonesia di tahun 2020, Generasi Z menempati posisi tertatas dengan mewakili 27,94% dari total populasi Indonesia. Melihat kondisi yang seperti ini, Simangunsong (2018) berpendapat bahwa ini bisa membuka peluang bagi para *brand owners* (pemilik merek) dan *marketers* (pemasar) untuk membangun hubungan jangka panjang dengan mereka. Hasil riset yang dilakukan oleh UMN *Consulting* di tahun 2022 juga menunjukkan bahwa *skincare* adalah produk yang paling banyak dibeli oleh Generasi Z dalam sebulan, yakni sebesar 45,57% dari total responden.

Beberapa riset terdahulu yang relevan dan menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Rahim, Shafii, & Shahwan (2013) melakukan penelitian dengan judul *Awareness and Perception of Muslim Consumers on Non-Food Halal Product*, suatu studi di Malaysia menemukan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi kesadaran dan persepsi tentang konsumen Muslim pada produk halal non-makanan, yaitu informasi halal, ketersediaan, halal di media, dan program halal. Hasil menunjukkan bahwa informasi halal, ketersediaan produk halal, informasi halal di media sangat berkontribusi dalam membangun kesadaran konsumen terhadap produknya.

Al-Dmour, Hammdan, Al-Dmour, Alrowwad, & Khwaldeh (2017) melakukan riset dengan judul *The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case* menyimpulkan bahwa faktor gaya hidup secara positif mempengaruhi keputusan penumpang untuk membeli e-tiket. Menurut hasil penelitian ini, karakteristik demografi seperti usia, pendidikan dan jenis kelamin tidak mempengaruhi gaya hidup penumpang dalam hal pembelian e-tiket, namun pendapatan mereka berpengaruh. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan memainkan peran penting dalam keputusan pembelian e-tiket responden.

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 kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Penelitian dengan judul **Religiusitas, Lingkungan, dan Pembelian *Green Product* Pada Konsumen Generasi Z** yang dilakukan oleh Firmansyah, Purnamasari, & Djakfar (2019) disimpulkan bahwa variabel lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan (*green product*).

Penelitian yang dilakukan oleh Herawati, Prajanti, & Kardoyo (2019) dengan judul ***Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality and Price Through Purchase Motivation*** menemukan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Batik Cirebon, yaitu gaya hidup, kualitas produk, harga, dan motivasi pembelian. Faktor kualitas produk memiliki paling banyak pengaruh kuat pada keputusan pembelian dibandingkan faktor lainnya.

Studi yang dilakukan di Vietnam oleh Nguyen (2020) dengan judul ***A study of factors affecting brand awareness in the context of viral marketing in Vietnam*** menyimpulkan bahwa faktor *social media, messages, attractiveness, spread, credibility, entertainment, dan influencers* terbukti berdampak positif terhadap *brand awareness* dalam konteks viral marketing.

Berdasarkan permasalahan dan beberapa penelitian terdahulu yang diuraikan di atas, penulis belum dapat menemukan penelitian dengan *framework* (kerangka kerja) yang sama dengan penelitian ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)**”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Walaupun Indonesia dinobatkan sebagai negara Muslim terbesar di dunia, namun berdasarkan *State of The Global Islamic Economy Report 2020/2021* Indonesia belum bisa menduduki posisi yang cukup bagus pada indikator produk farmasi dan kosmetik halal. Dari latar belakang 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

juga terlihat data *halal awareness* dan tingkat religiusitas yang terbilang rendah, permasalahan gaya hidup yang konsumtif di kalangan Generasi Z, dan beberapa data pendukung perihal penggunaan internet dan media digital oleh masyarakat Indonesia, khususnya generasi Z serta *gap* yang terjadi pada *viral marketing* dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang menjadi alasan diangkatnya variabel *viral marketing* ini.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini hendak menganalisis pengaruh faktor *halal awareness*, religiusitas, gaya hidup, dan *viral marketing* terhadap variabel keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi pelaku industri *skincare* dan kosmetik halal dalam menentukan strategi yang tepat untuk calon konsumennya sehingga dapat sampai kepada tahap keputusan pembelian yang berpengaruh terhadap nilai penjualan produk *skincare* dan kosmetik halal.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Setelah mengidentifikasi masalah penelitian, maka rumusan masalah / pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z?
4. Bagaimana pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z.



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, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya 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 kritis 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. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z.
3. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z.
4. Untuk menganalisis pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teortis

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan perihal *halal awareness*, religiusitas, gaya hidup, dan *viral marketing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* dan kosmetik halal pada Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang manfaat mengenai *skincare* dan kosmetik halal.

b. Bagi pelaku industri *skincare* dan kosmetik halal

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan juga masukan bagi para produsen dalam menciptakan sebuah produk yang halal dan juga bagaimana melakukan *marketing digital* dan *branding* atas produk tersebut yang tepat kepada calon konsumennya sehingga dapat berpengaruh terhadap minat beli produk *skincare* dan kosmetik halal.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan menjadi pertimbangan bagi konsumen muslimah untuk memilih produk *skincare* dan kosmetik halal sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat saat membeli produk.



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 kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.6. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini menjelaskan isi dari masing-masing bab secara garis besar terkait keseluruhan skripsi ini, adapun sistematika penulisan yang akan disusun adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian dengan beberapa data yang didapat dari berbagai sumber untuk dijadikan alasan penelitian. Identifikasi masalah yakni inti dari permasalahan yang akan diteliti, rumusan masalah/pertanyaan penelitian adalah sesuatu yang nantinya harus dijawab dari hasil penelitian, tujuan penelitian adalah sesuatu yang ingin dicapai dari penelitian ini, manfaat penelitian yaitu sesuatu yang diharapkan dan didapat dari penelitian, dan terakhir adalah sistematika penulisan yakni penjelasan secara singkat dari tiap bab skripsi agar pembaca dapat memahami isi skripsi ini secara keseluruhan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori yang memuat teori-teori yang menjadi acuan yang mendukung penelitian dari berbagai sumber seperti, keterangan buku dan jurnal ilmiah, tinjauan pustaka yang memuat penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kerangka pemikiran yakni menggambarkan konsep dari penelitian ini, serta hipotesis sebagai jawaban sementara sebelum adanya hasil penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yang meliputi jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, definisi operasional variabel, serta metode analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan disertai dengan pembahasannya. Dimulai dari uraian terkait objek penelitian, data yang diperoleh untuk diolah, serta menguraikan hasil dari analisis untuk mencapai tujuan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian untuk menjawab hipotesis sebelumnya dan pertanyaan penelitian serta memberikan saran-saran kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian 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



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 menggunakan metode analisis SEM dengan alat statistik LISREL 8.8. Metode ini sangat membantu dalam memberikan informasi mengenai indikator mana yang diduga memiliki pengaruh besar dalam suatu variabel yang diteliti. Dari empat hipotesis yang ada, hanya tiga hipotesis yang terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan. Secara berurutan, yang berkontribusi paling besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel gaya hidup, *halal awareness*, lalu *viral marketing* dimana ini dilihat dari semakin besarnya nilai *standardized loading factor* (SLF) dari masing-masing variabel. Variabel religiusitas terbukti tidak berpengaruh secara positif dan signifikan dikarenakan nilai *t-values* tidak memenuhi syarat.

Pada variabel gaya hidup, diduga rumusan turunan dari dimensi *activities* dan *opinions* yang berpengaruh besar karena generasi Z menjadikan penggunaan *skincare* dan/atau kosmetik halal sebagai kebutuhan sehari-hari serta memiliki pandangan bahwa mereka lebih merasa percaya diri saat menggunakan produk tersebut. Rumusan dimensi *role of halal certification (logo/label)* dan *exposure* yang memiliki kontribusi besar dalam memengaruhi kesadaran halal (*halal awareness*) generasi Z, dimana mereka selalu mencari tahu apa yang dimaksud dengan konsep halal dari berbagai sumber dan generasi ini juga memiliki tingkat kehati-hatian yang tinggi dalam memilih produk dengan memperhatikan ada atau tidaknya logo halal pada kemasan.

Pada variabel *viral marketing*, turunan dimensi dari *message* yang paling berpengaruh dengan indikator pertanyaan yang menyatakan bahwa generasi Z sering kali bertukar informasi serta *discuss* mengenai produk yang tengah hangat menjadi perbincangan publik.



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

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran halal (*halal awareness*) generasi Z serta teknik promosi viral yang unik dari produsen sehingga melekat pada ingatan konsumen maka semakin besar pula potensi terjadinya pembelian produk oleh konsumen, terlebih generasi Z ini telah menjadikan *skincare* dan/atau kosmetik halal sebagai kebutuhan sehari-hari.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa saran yang perlu disampaikan oleh penulis untuk dijadikan masukan yang baik bagi pelaku industri/produsen maupun penelitian selanjutnya agar lebih berkembang dan juga masukan untuk kalangan konsumen Muslim.

Pelaku industri/produsen diharapkan bisa lebih mengedukasi perihal pentingnya kesadaran akan produk halal kepada konsumen generasi Z yang memiliki peluang paling besar dalam kegiatan konsumsi di antara generasi lainnya karena masih banyak dari mereka yang kurang kesadarannya jika penggunaan produk *non-halal* akan mendatangkan dosa dan *mudharat*. Disarankan kepada para produsen untuk lebih gencar mempromosikan produk-produk hal tersebut kepada generasi Z terutama melalui *digital marketing* agar muncul kesadaran untuk menggunakan produk yang halal.

Diharapkan dengan adanya edukasi lebih dari pelaku industri maka sikap religius akan terbentuk dan tertanam pada jiwa mereka karena berdasarkan hasil penelitian tingkat religiusitas generasi Z masih rendah yang tercermin dari kurangnya kepedulian akan syariat Islam dalam penggunaan *skincare* dan/atau kosmetik halal. Di samping itu, pelaku industri juga perlu terus berinovasi serta gencar melakukan promosi dengan teknik yang bisa menyebarkan info produk dengan cepat seperti virus dan dapat mempengaruhi calon konsumennya hingga ke tahap keputusan pembelian. Promosi juga ditujukan agar minat beli konsumen meningkat terhadap produk tersebut, sehingga intensinya melakukan WOM makin meningkat.

Bagi peneliti selanjutnya bisa dilakukan penelitian kembali untuk meninjau lebih lanjut mengenai variabel religiusitas karena pada penelitian ini variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penambahan variabel lainnya juga dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya, seperti *brand image*, persepsi harga, atau kualitas produk serta dikembangkan pula model penelitian dengan adanya variabel mediator, yakni variabel moderasi maupun variabel intervening. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memilih subjek penelitian lainnya selain generasi Z serta pemilihan lokasi penelitian yang lain.

Dan terakhir bagi konsumen Muslim sangat diharapkan agar bisa selektif dalam membeli dan memakai produk *skincare* dan/atau kosmetik halal yang tersedia di berbagai jenis toko maupun *marketplace* karena sejatinya penggunaan produk seperti ini sama halnya dengan melakukan kegiatan konsumsi pangan yang mana zat dari produk tersebut akan masuk ke dalam tubuh yang nantinya akan berpengaruh buruk secara lahir maupun batin jika mengonsumsi yang dilarang oleh syariat (produk *non-halal*).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ancok & Suroso. (2001). Psikologi Islami. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*
- Hendryadi, & Suryani. (2014). Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.80. *Yogyakarta: Kaukaba.*
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Keduabelas. *Jakarta: Penerbit Erlangga.*
- Mehta, C. R., & Patel, N.R. (1996). SPSS exact tests 7.0 for Windows. SPSS Inc.
- Pabundu, T. M. (2006). Metodologi Riset Bisnis, Jakarta: PT. *Bumi Aksara.*
- Sugiyono, D. P. (2012). Statistika untuk Penelitian. *Bandung: Alfabeta.*
- Sujarweni, V.W. (2018). Struktural Equation Modeling (SEM) Dengan LISREL. *Yogyakarta: Pustaka Baru Press*
- Supranto, J. (2001). Statistik: Teori dan Aplikasi, Jilid 2. *Jakarta: Penerbit Erlangga.*
- Tanjung, H., & Devi, A. (2018). Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Edisi Ke 2. *Bekasi: Gramata Publishing.*
- Wijanto, S. H. (2008). Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8. *Yogyakarta: Graha Ilmu.*
- Yamin, S. (2014). Rahasia Olah Data Lisrel. *Jakarta: Mitra Wacana Media*

Jurnal:

- Ahakwa, I., Yang, J., Tackie, E. A., & Bankole, K. (2021). Exploring the Impact of Traditional Communication Channels on Customer Purchase Decision: A Case Study of University Students in Ghana. *SEISENSE Business Review, 1(1)*, 31-44.

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 kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya 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

- Ahmad, M., & Lasi, M. (2020). The attitudes on consumer perception towards viral marketing: A study on Foodpanda food delivery in Malaysia. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, 7(9), 251-255.
- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A. A., & Khwaldeh, S. M. (2017). The effect of lifestyle on online purchasing decision for electronic services: the Jordanian flying e-tickets case. *Asian Social Science*, 13(11), 157-169.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: potential issues for policy-makers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 3-25.
- Anggraini, I., & Dewanti, D. S. (2020). The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4(1), 17-29.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The role of Halal awareness, Halal certification, and marketing components in determining Halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: A structural equation modeling approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1).
- Benítez-Márquez, M. D., Sánchez-Teba, E. M., Bermúdez-González, G., & Núñez-Rydman, E. S. (2021). Generation Z Within the Workforce and in the Workplace: A Bibliometric Analysis. *Frontiers in psychology*, 12, 736820-736820.
- Budi Suryowati, S. E. (2020). LABEL HALAL, KESADARAN HALAL, RELIGIUSITAS DAN MINAT BELI PRODUK KOSMETIK HALAL. *KOMPLEKSITAS: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN ORGANISASI*, 9(01), 12-25.
- Charastrakool, R. (2020). *Factors affecting online purchase intention of Thai Generation Z towards e-commerce platform* (Doctoral dissertation, Department of Marketing in Digital Era, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University).



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

- Chareonpanich, A., & Vongurai, R. (2018). The factors affecting healthy lifestyle and attitude towards organic foods: a case study of people living in Bangkok, Thailand. *ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome*, 5(1), 102.
- Chin, J., Jiang, B. C., Mufidah, I., Persada, S. F., & Noer, B. A. (2018). The investigation of consumers' behavior intention in using green skincare products: a pro-environmental behavior model approach. *Sustainability*, 10(11), 3922.
- Dali, N. R. S. M., Yousafzai, S., & Hamid, H. A. (2019). Religiosity scale development. *Journal of Islamic Marketing*.
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-mentor*, 74(2), 44-50.
- Elkasysyaf, E., & Hartati, N. (2021). Pengaruh Literasi Produk Halal dan Daya Tarik Habel Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1(2).
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi Pada Konsumen Di Wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 86-95.
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen generasi Z. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 15(1), 57-70.
- Ghaizani A, A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh country of origin terhadap brand image dan dampaknya bagi keputusan pembelian (Survei Online Pada Konsumen Skin Care Etude House di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2).
- Halla, N., Fernandes, I. P., Heleno, S. A., Costa, P., Boucherit-Otmani, Z., Boucherit, K., ... & Barreiro, M. F. (2018). Cosmetics preservation: a review on present strategies. *Molecules*, 23(7), 1571.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Hasibuan, I. H., Basri, Y. Z., & Mahfudz, A. A. (2021). The Effect of Religiosity and Maslahah Orientation on Halal Awareness, Satisfaction And Loyalty of Consumers of Halal Labeled Food. *International Journal of Science and Society*, 3(2), 154-175.
- Herawati, H., Prajanti, S. D. W., & Kardoyo, K. (2019). Predicted purchasing decisions from lifestyle, product quality and price through purchase motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1-11.
- Islam, T., & Chandrasekaran, U. (2016). Effect of religiosity on ecologically conscious consumption behaviour. *Journal of Islamic Marketing*.
- Jain, R. (2019). Analysis of indian consumers' behaviour using lifestyle segmentation. *Journal of Business Thought*, 10, 57-65.
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). HALAL AWARENESS AND HALAL TRACEABILITY: MUSLIM CONSUMERS' AND ENTREPRENEURS' PERSPECTIVES. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285-316.
- Katkar, R. B., Galatage, S. T., Honmane, S. M., & Darandale, S. (2019). MYANMAR COSMETIC MARKET: CURRENT AND FUTURE PROSPECTS.
- Khalek, A. A. (2014). Young consumers' attitude towards halal food outlets and JAKIM's halal certification in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 26-34.
- Lau, W. M., de Run, E. C., & Jee, T. W. (2017). Metrosexual Identity: Perception Of Malaysian Male Consumers Towards Cosmetic And Skincare Product. *Journal of Borneo-Kalimantan*, 3(1).
- Le, Q. H., Nguyen, L. T. T., & Pham, N. T. A. (2019). The impact of Click and Collect's service quality on customer emotion and purchase decision: A case study of mobile world in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(1), 195-203.



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

- Liu, H. H., & Wang, Y. N. (2019). Interrelationships between viral marketing and purchase intention via customer-based brand equity. *Journal of business and management sciences*, 7(2), 72-83.
- Lohonusa, A. I., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 511-520.
- Mustafar, M., Ismail, R. M., Othman, S. N., & Abdullah, R. (2018). A study on Halal cosmetic awareness among Malaysian cosmetics manufacturers. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), 492-496.
- Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2019, May). The influence of viral marketing toward brand awareness and purchase decision. In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)* (pp. 647-650). Atlantis Press.
- Nguyen, C. (2020). A study of factors affecting brand awareness in the context of viral marketing in Vietnam. *Available at SSRN*.
- Nur, I. L. M. A., & SAPIR, A. S. M. (2021). Halal Cosmetic Awareness among College Students in Malaysia. *International Journal of Business and Economic Studies*, 3(1), 17-26.
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2019). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. *Journal of Islamic Marketing*.
- Pontoh, Z., & Farid, M. (2015). Hubungan antara religiusitas dan dukungan sosial dengan kebahagiaan pelaku konversi agama. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(1).



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

- Rahim, N. F., & Shahwan, S. (2013). Awareness and perception of muslim consumers on non-food halal product. *Journal of Social and Development Sciences*, 4(10), 478-487.
- Rani, N. S. A., & Krishnan, K. S. D. (2018). Factors that influence Malay students in purchasing skincare products in Malaysia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(1).
- Sathish, S., & Rajamohan, A. (2012). Consumer behaviour and lifestyle marketing. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 1(10), 152-166.
- Sawaftah, D., Calicioglu, C., & Awadallah, R. (2020). The relationship between viral marketing and consumer purchase intention, the moderator role of brand image and age: Evidence from smartphone users in North Cyprus. *Management science letters*, 10(6), 1307-1320.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The effect of halal certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products. *Siyar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65-79.
- Simangunsong, E. (2018). Generation-z buying behaviour in Indonesia: Opportunities for retail businesses. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 243-253.
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the generation Z: the future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(3), 1-5.
- Susilawati, S. (2017, November). THE DIFFERENCES OF RELIGIOSITY AND ACHIEVEMENT MOTIVATION AMONG STUDENTS OF STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG. In *Proceeding of International Conference on Islamic Education (ICIED)* (Vol. 2, No. 1, pp. 92-98).



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

Suwana, F., Pramiyanti, A., Mayangsari, I., Nuraeni, R., & Firdaus, Y. (2020). Digital Media Use of Gen Z During COVID-19 Pandemic. *Jurnal Sosioteknologi*, 19(3), 327-340.

Tanuwijaya, J., & Mulyandi, R. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Jurnal Sosial Sains*, 1(5), 368-373.

Wang, W., & Street, W. N. (2018). Modeling and maximizing influence diffusion in social networks for viral marketing. *Applied network science*, 3(1), 1-26.

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *JEBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam) | JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, 5(2), 168-180.

Skripsi:

Wulan, D. N. (2021). *Analisis Pengaruh Halal Awareness dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik dan Skincare Halal dengan Preferensi sebagai Variabel Intervening*. (Skripsi Terapan, Politeknik Negeri Jakarta)

Lainnya:

Buletin APJII Edisi 91/Juli 2021 (diakses 8 April 2022)

Fatwa Majelis Ulama Indonesia No.26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya (diakses 25 Juli 2022)

Hadits Ibnu Majah tentang orang yang wara. Diakses 25 Juli 2022, dari <https://www.republika.co.id>

Internet World Stats. (2021). *Internet 2021 Usage in Asia*. Diakses 8 April 2022, dari <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm>

LPPOM MUI. (2021). *Terdaftar di BPOM, Sudah Pasti Halal?*. Diakses pada 10 April 2022, dari <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/terdaftar-di-bpom-sudah-pasti-halal>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168-169. Diakses 25 Juli 2022, dari <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/168-169>

Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 172. Diakses 25 Juli 2022, dari <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/172>

Qur'an Surat Al-Furqan ayat 67. Diakses 4 Agustus 2022, dari <https://quran.kemenag.go.id/surah/25/67>

State of The Global Islamic Economy Report 2020/2021 (diakses 15 Maret 2022)

UMN Consulting. (2022). *Menelik Gaya Gen Z Berbelanja*. Diakses pada 21 April 2022, dari <https://jeo.kompas.com/menilik-gaya-gen-z-berbelanja>

ZAP *Beauty Index 2020* (diakses 8 April 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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Analisis Pengaruh *Halal Awareness*, *Religiusitas*, *Gaya Hidup*, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* dan *Kosmetik Halal*”
(Studi Pada Generasi Z di DKI Jakarta)

Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Responden yang terhormat,

Perkenalkan, saya Rifa Amalia, mahasiswa Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi mengenai “**Analisis Pengaruh *Halal Awareness*, *Religiusitas*, *Gaya Hidup*, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* dan *Kosmetik Halal* (Studi Pada Generasi Z di DKI Jakarta)**”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Anda dalam berpartisipasi dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data primer yang diperlukan dalam penelitian ini. Semua informasi yang Anda berikan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Atas partisipasinya, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 21 Mei 2022
Peneliti

Rifa Amalia
NIM.1804411017



© 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



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) Generasi Z (kelahiran tahun 1995-2010 atau berusia antara 12-27 tahun di tahun 2022)
- 3) Berdomisili di DKI Jakarta
- 4) Pernah membeli dan menggunakan produk *skincare* dan kosmetik halal merek apapun

B. Petunjuk Pengisian

- 1) Bacalah sejumlah pertanyaan di bawah ini dengan seksama
- 2) Pilihlah hanya satu jawaban saja yang sesuai dengan keadaan Anda atau jawaban yang paling mewakili diri Anda secara objektif dan jujur
- 3) Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

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

- 4) Dimohon tidak ada pertanyaan yang terlewatkan saat memberikan penilaian
- 5) Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas diri Anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti

C. Pertanyaan Kuesioner

I. Tahap Screening

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden	
		Ya	Tidak
1	Saya seorang Muslim		
2	Saya termasuk Generasi Z		
3	Saya pernah membeli produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal		



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

II. Identitas Responden

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Nama
2	Jenis Kelamin	Perempuan
		Laki-laki
3	Usia	12-15 tahun
		16-19 tahun
		20-23 tahun
		24-27 tahun
4	Domisili	Jakarta Utara
		Jakarta Barat
		Jakarta Timur
		Jakarta Selatan
		Jakarta Pusat
		Kepulauan Seribu
5	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa
		Pekerja/Karyawan
		Ibu Rumah Tangga
		Wirausahawan
		Lainnya
6	Pendidikan Terakhir	SD/Sederajat
		SMP/Sederajat
		SMA/SMK/Sederajat
		Diploma (D1, D2, D3, D4)
		Sarjana (S1, S2, S3)
8	Kisaran pemasukan/pendapatan per bulan	Lainnya
		< Rp 500.000
		Rp 500.000 – Rp 1.500.000
		Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000
		Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000
7	Rata-rata pengeluaran per bulan untuk belanja <i>skincare</i> dan/atau kosmetik	Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000
		> Rp 4.500.000
		< Rp 200.000
		Rp 200.000 – Rp 400.000
		Rp 400.000 – Rp 600.000
		Rp 600.000 – Rp 800.000
		Rp 800.000 – Rp 1.000.000



Hak Cipta :

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

	> Rp 1.000.000
--	----------------

III. Halal Awareness

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1	Saya menyadari bahwa menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik non-halal merupakan perbuatan yang berdosa dan akan mendatangkan <i>mudharat</i> (sesuatu yang tidak menguntungkan, rugi, atau bahaya).				
2	Saya selalu memperhatikan ada atau tidak adanya logo halal pada kemasan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik sebelum membeli.				
3	Saya lebih memilih <i>skincare</i> dan/atau kosmetik yang berlogo halal dibanding produk yang tidak berlogo halal.				
4	Saya selalu mencari tahu tentang konsep halal produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik dari berbagai sumber yang ada.				
5	Saya mengetahui apa saja kandungan bahan baku <i>skincare</i> dan/atau kosmetik yang diharamkan.				
6	<i>Skincare</i> dan/atau kosmetik yang bahan dasarnya <i>botanical ingredient</i> adalah halal.				
7	Saya mengetahui bahwa <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal tidak boleh mengandung bahan <i>sodium heparin</i> dan <i>plasenta</i> .				
8	<i>Skincare</i> dan/atau kosmetik yang halal itu bersih & higienis.				
9	<i>Skincare</i> dan/atau kosmetik yang halal itu aman.				
10	Saya menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena memiliki kualitas bahan baku yang baik & sehat bagi tubuh.				

IV. Religiusitas

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
11	Saya selalu berusaha untuk membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena perintah syari'at untuk mengonsumsi yang halal.				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

12	Saya membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena seorang Muslim.				
13	Saya membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena dapat digunakan untuk sholat.				
14	Membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal dapat memberikan ketenangan dalam beribadah.				
15	Saya membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena akan merasa lebih dekat dengan Allah SWT.				
16	Saya merasa lebih religius saat membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				
17	Saya membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena pengetahuan saya terhadap ajaran agama Islam.				

V. Gaya Hidup

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
18	Saya menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal untuk menunjang aktivitas sehari-hari.				
19	Hampir dalam seminggu saya selalu menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				
20	Saya lebih memilih membelanjakan uang untuk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal dibanding produk makanan dan/atau <i>fashion</i> .				
21	Saya merasa lebih percaya diri saat menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				
22	Saya membelanjakan sebagian uang untuk membeli <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena alasan untuk investasi penampilan jangka panjang.				
23	Saya lebih memilih <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal yang ' <i>luxury branded</i> ' karena pasti terjamin bahan dan kualitasnya.				



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

24	Saya membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal hanya untuk mengikuti tren.				
25	Saya membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena menganut gaya hidup sehat.				
26	Saya membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal sebagai kebutuhan.				

VI. Viral Marketing

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
27	Promosi yang dilakukan oleh <i>beauty influencer</i> memudahkan saya dalam mengenali sebuah produk.				
28	<i>Brand Ambassador Muslim</i> mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				
29	Saya menemukan banyak sekali <i>beauty influencer</i> yang melakukan promosi gencar mengenai <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal di media sosial.				
30	Saya mengingat merek <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal karena promosi yang dilakukan oleh <i>beauty influencer</i> .				
31	Platform seperti Instagram, Youtube, TikTok milik <i>beauty influencer</i> sangat membantu saya dalam pencarian informasi <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				
32	Media sosial yang digunakan oleh <i>beauty influencer</i> cukup luas, dapat dipercaya, dan mudah diakses.				
33	Saya selalu percaya semua informasi yang diberikan oleh <i>beauty influencer</i> .				
34	Saya lebih mempercayai informasi yang diberikan oleh <i>beauty influencer</i> dibandingkan teman/keluarga.				
35	Saya sering memberikan informasi tentang <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal kepada orang lain.				
36	Saya dan teman saya sering berdiskusi tentang <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal yang sedang menjadi perbincangan konsumen.				



© 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

37	Saya sering menyebarkan informasi <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal melalui kolom komentar tentang produk yang saya beli.				
38	Saya melakukan <i>review</i> produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal melalui akun media sosial saya (Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, dll)				
39	Kedekatan antara keluarga maupun teman memudahkan dalam pencarian informasi produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				
40	Pendapat keluarga maupun teman mempengaruhi keputusan saya dalam membeli <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				

VII. Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
41	Saya akan membeli <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal jika produk tersebut sesuai dengan kebutuhan kulit saya.				
42	Saya selalu mencari tahu informasi sebanyak-banyaknya dari beragam sumber mengenai <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal sebelum memutuskan melakukan pembelian.				
43	Saya selalu berusaha memenuhi kebutuhan dengan produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik yang berlabel halal.				
44	Walaupun terdapat alternatif produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik lain yang lebih murah namun belum jelas kehalalannya, saya tetap tidak akan membelinya.				
45	<i>Skincare</i> dan/atau kosmetik halal mudah ditemukan di berbagai jenis toko (gerai toko, klinik kecantikan, apotek, media sosial, <i>website brand</i> , <i>e-commerce</i>).				
46	Saya yakin dan mantap untuk memilih <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal sebagai pilihan pertama ketika melakukan keputusan pembelian produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik.				
47	Saya lebih memilih pembelian <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal secara <i>online</i> dibanding <i>offline</i> karena lebih mudah dan praktis.				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

48	Beragam jenis metode pembayaran menjadi alasan saya dalam melakukan pembelian <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal secara <i>online</i> .				
49	Persepsi harga yang lebih rendah, kemudahan bertransaksi, dan banyaknya alternatif produk yang tersedia menjadi alasan pembelian <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal secara <i>online</i> .				
50	Saya merasa puas setelah membeli dan menggunakan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal.				
51	Saya akan melakukan pembelian ulang <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal dengan merek tertentu.				
52	Saya akan memberikan <i>review</i> jujur serta merekomendasikan <i>skincare</i> dan/atau kosmetik halal kepada teman maupun keluarga.				

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner Responden

No	Halal Awareness (X1)										Religiusitas (X2)							Gaya Hidup (X3)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	
3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	3	4		
4	1	1	3	1	1	4	4	4	4	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	4	4	1	1	3	4	
5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	3		
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4		
7	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3		
8	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	
9	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	1	3	3	
10	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
11	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	3	2	2	4	3	2	3	4	3	1	3	2	
12	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	
13	3	2	3	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	3	1	3	3	4	1	3	3	
14	4	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	
15	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	
16	2	2	3	1	1	2	1	1	3	4	2	2	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	1	2	2	
17	4	2	4	2	2	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4		
18	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	1	3	3	
19	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2		
20	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	
21	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	
22	3	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	1	2	3	2	1	3	3	
23	3	3	2	2	2	4	4	4	3	2	2	3	3	2	2	1	3	3	3	1	3	2	4	2	2	3	
24	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4	2	2	2	
25	2	1	3	1	1	3	1	4	4	4	3	3	1	1	1	1	3	3	4	1	4	1	1	2	3	3	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	3	1	4	3	2	
27	4	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	2	4	4	2	2	3	4	
28	4	3	4	4	3	4	1	3	4	4	4	4	4	1	1	1	2	4	4	2	3	1	1	1	3	3	
29	4	2	4	2	1	4	1	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	1	4	4	3	1	4	4	
30	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	2	2	4	3	
31	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	1	3	4	
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	1	4	4	
33	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
34	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	4	4	
35	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	
36	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
38	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	
39	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	
40	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	1	4	2	2	2	3	3	
41	4	3	4	2	2	3	1	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	4	
42	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	4	4	3	3	4	3	2	2	4	
43	2	2	3	2	2	2	2	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	3	
44	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	4	
45	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	1	2	3	2	1	3	3	
46	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	2	4	
47	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	2	3	4	4	4	4	4	1	1	3	4

- 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

49	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	
50	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
53	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3		
54	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	
55	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
56	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	1	4	4	4	3	3	4	1	1	4	4	
59	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3	4		
60	4	3	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	1	3	4	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	
62	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	
63	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	3	2	1	3	3	
64	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	3	3	1	1	1	3	
65	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	2	3	3	2	2	2	3	
66	3	4	4	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	
67	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
69	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	
70	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	
71	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	2	4	1	3	3	
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	1	4	4	
73	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	
74	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	1	3	3	3	1	2	3	1	2	3	3	
75	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	
76	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	
77	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	1	3	3	
78	4	2	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	3	
79	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	
80	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	1	4	4	
81	2	3	3	1	1	4	1	4	4	4	2	4	4	1	1	1	4	4	4	1	4	4	1	1	1	4	
82	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	2	3	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	4
83	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4
84	4	4	4	3	2	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3	2	1	2	3	3	
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	
86	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	2	2	1	4	4
87	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	
88	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
89	2	2	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	2	3	3	
90	4	3	4	3	1	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	1	2	3	
91	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	4	1	3	3	
92	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	
93	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	
94	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	1	2	3
95	2	1	2	3	1	4	2	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	2	1	3	3	4	2	4	3	
96	2	2	3	1	3	3	1	3	2	2	3	3	3	2	1	2	3	2	3	1	2	2	3	1	2	3	
97	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	
98	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3
99	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
100	4	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
101	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
102	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	1	4	4



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

103	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	
104	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3		
105	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3		
106	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	1	2	3	
107	2	3	2	2	2	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	1	1	3	4	
108	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	
109	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	
110	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	3	2	3	4	
111	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	1	2	4	
112	2	2	2	2	2	3	2	4	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	3	1	3	3	
113	3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
114	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	
115	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	2	1	1	1	4	
117	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4		
118	3	3	4	2	2	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	2	1	3	3	
119	3	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	4	4	2	2	2	1	1	1	4	
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
122	3	2	3	2	1	2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	
123	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	
124	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	2	3	1	3	3	
125	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	1	1	4	3	
126	3	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	4	3	
127	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	
128	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	1	1	1	4	2	1	3	2	1	1	1	4
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3
130	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	2	2	2	4	
131	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	
132	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	
133	4	2	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	1	4	4	4	1	4	4	
134	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
135	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	
136	2	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	
137	2	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	1	3	3	3	
138	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	
139	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	
140	3	1	2	2	1	1	1	3	4	2	4	4	4	4	3	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	4	
141	2	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	
142	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	2	3	1	1	2	
143	4	3	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	2	2	1	4	4	3	1	3	1	2	2	4	4	
144	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	1	4	3	3	1	3	3	3	1	3	3
145	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	3	3	1	3	3	2	2	2	2	
146	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	2	2	3	2	1	3	2	
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	
148	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	
149	4	3	2	2	1	3	1	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	
150	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	
151	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	
152	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	
153	2	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	4	2	3	4	2	3	3	
154	2	2	2	2	1	4	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	1	2	2	1	1	2	2	
155	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	
156	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

157	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	1	4	3		
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
159	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	4	2	3	2	3	1	3	3	
160	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	
161	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	3	4	3	2	4	3	
162	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	
163	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	2	3	4	
164	3	2	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	3	1	1	2	3	2	1	3	3	2	1	3	3	3	
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4
166	2	3	4	3	1	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	
167	3	3	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	1	4	4	
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
170	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	
171	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	1	3	4	
172	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
173	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	
174	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	
175	3	3	4	2	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	
176	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	
177	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	1	3	4	
178	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	
179	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	
180	3	2	3	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	3	1	3	3	
181	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	1	1	2	3	3	1	2	3	2	1	1	1	
182	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	1	4	3	
183	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	2	2	1	3	3	3	1	2	2	2	1	2	2	
184	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	1	2	2	
185	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	
186	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
187	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
188	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	3	4	1	2	3	4	
189	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	1	3	1	2	1	3	3	
190	3	4	3	3	1	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	
193	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	
194	3	4	4	4	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2	3	3	4	1	3	4	
195	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	1	3	4	
196	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	4	
197	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	
198	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3	4	
199	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	
200	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	1	2	1	1	1	
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	
203	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	3	1	3	2	3	3	
204	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	
205	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	
206	1	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	2	2	1	3	3	
207	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	4	4	2	3	3	3	1	4	3	
208	2	2	3	2	1	2	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	
209	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	
210	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	4	1	1	3	2	

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

211	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	
212	4	3	3	2	2	3	2	4	4	4	2	3	3	4	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	
213	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	
214	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	4	4	
215	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
216	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	4	3	2	2	3	4
217	4	2	3	2	1	4	2	4	3	3	3	3	4	3	2	1	1	3	4	2	2	4	2	1	3	2
218	4	3	3	2	2	3	1	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	2
219	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	3	4
221	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4
222	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	2	
223	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	2	2	3	4
224	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3
225	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4
226	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
228	3	2	4	2	1	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3	4	3	3	2
229	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	
230	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	2	4	4	2	3	3	4	2	2	3	
231	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
232	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	2	4	3	3	4
233	4	3	3	2	2	4	1	1	4	3	3	4	3	4	2	1	3	4	4	1	3	3	2	2	3	4
234	4	1	2	2	2	4	2	4	4	4	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	1	2	1	2	2	4
235	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	1	3	4

No	Viral Marketing (X4)														Keputusan Pembelian (Y)												
	X 4 . 1	X 4 . 2	X 4 . 3	X 4 . 4	X 4 . 5	X 4 . 6	X 4 . 7	X 4 . 8	X 4 . 9	X 4 . 10	X 4 . 11	X 4 . 12	X 4 . 13	X 4 . 14	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	
3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	
4	3	1	4	3	3	4	2	3	1	1	1	1	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	
5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	1	1	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	
6	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
7	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	1	1	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	
8	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	
9	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	
10	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
11	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
12	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
13	3	3	2	2	3	3	1	1	3	3	1	1	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	
14	4	4	4	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
15	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	
16	4	3	2	3	4	4	2	1	2	1	1	1	1	1	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	2	4	
17	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
18	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	
19	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
20	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	
21	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
22	2	3	3	1	3	3	1	2	2	1	2	2	3	3	4	4	3	2	4	2	4	3	4	3	4	4	
23	4	3	3	2	3	2	1	1	1	1	3	1	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

24	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
25	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	4	3	4	4	3	4	3
27	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
28	4	3	3	3	4	4	1	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3
29	3	3	2	4	4	4	3	2	1	1	1	1	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
31	2	3	2	2	3	3	1	1	3	3	3	1	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
32	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
34	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3
36	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4
40	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
41	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	1	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
42	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3
44	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4
45	3	2	2	4	2	3	2	2	2	3	2	1	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
47	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4
50	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
59	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	3	3	2	1	3	2	2	1	3	1	2	1	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
61	4	4	1	1	4	4	4	2	2	2	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
63	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3
65	4	3	2	3	4	4	2	3	1	1	1	1	2	1	4	3	3	2	4	4	2	2	3	4
66	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
71	3	3	3	2	4	4	1	1	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4
72	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2
74	4	3	1	3	4	4	2	2	2	1	1	1	2	1	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3
75	3	3	4	3	3	3	1	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
76	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
77	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

78	4	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
79	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
80	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
82	2	3	3	2	2	3	1	2	3	3	2	1	2	1	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
83	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
85	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	3	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
87	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	4	4	
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	3	2	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	
90	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
91	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
92	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
94	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	
95	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
96	4	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3
97	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
98	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	
99	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	
100	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	
101	4	4	3	3	4	4	2	2	2	3	1	1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	
102	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	1	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
103	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
104	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	1	2	2	3	3	4	4	
105	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
106	3	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
107	4	1	4	4	4	3	2	2	4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	
108	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
111	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	
112	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	
113	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
114	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	
115	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
116	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	
118	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	
119	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
120	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	
121	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
122	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
123	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	
124	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	
125	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
126	4	4	3	4	4	4	4	3	3	1	1	1	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	
127	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
128	2	1	4	2	4	3	1	1	2	4	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	
129	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	
130	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
131	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

132	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
133	4	4	2	1	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
135	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3
137	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	1	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
138	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
139	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
140	4	1	3	4	4	4	2	1	2	1	3	1	4	4	4	4	1	2	4	3	3	4	4	4
141	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
142	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3
143	4	3	3	4	3	4	2	1	3	3	2	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4
144	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
145	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
146	3	4	2	2	3	2	2	1	1	1	3	1	1	1	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
149	4	2	3	3	4	4	2	1	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4
150	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
151	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
152	3	3	1	3	4	3	1	1	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4
153	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	1	1	2	3	4	3	2	1	3	2	3	3	3	3
154	4	3	4	4	4	4	3	2	2	2	2	1	2	1	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3
155	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
157	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
159	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
160	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
161	4	3	4	3	4	4	4	1	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
162	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
163	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
164	4	3	2	3	4	2	2	3	2	1	1	1	2	2	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	4	3	4	3	3	3	1	2	2	3	2	1	3	3	4	2	2	2	2	4	4	4	3	4
167	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
168	4	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
170	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
171	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	1	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
172	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
173	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
174	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
176	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
177	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
178	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
180	4	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
181	4	2	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4	4	2	2	4	2	2	4	2
182	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4
183	3	3	2	2	4	3	2	2	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2
184	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	1	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	2
185	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Lampiran 3 Uji Validitas *Pre-Test*1. Uji Validitas *Pre-Test* Variabel *Halal Awareness* (X1)

		Correlations										HalalAwarene
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	ss
X1.1	Pearson	1	.267	.492	-	.123	.07	.155	.586*	.438	.298	.464**
	Correlation			**	.157		5	*	*			
	Sig. (2-tailed)		.155	.006	.408	.517	.693	.413	.001	.016	.110	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson	.267	1	.693	.686	.718	.17	.620	.278	.157	.401*	.815**
	Correlation			**	**	**	4	**				
	Sig. (2-tailed)	.155		.000	.000	.000	.358	.000	.137	.407	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson	.492	.693	1	.375	.569	.22	.493	.443*	.305	.474*	.789**
	Correlation	**	**		*	**	5	**			*	
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.041	.001	.231	.006	.014	.101	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson	-	.686	.375	1	.698	.05	.586	.000	.089	.292	.617**
	Correlation	.157	**	*		**	5	**				
	Sig. (2-tailed)	.408	.000	.041		.000	.771	.001	1.000	.640	.117	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson	.123	.718	.569	.698	1	.22	.756	.336	.179	.389*	.825**
	Correlation		**	**	**		7	**				
	Sig. (2-tailed)	.517	.000	.001	.000		.228	.000	.070	.345	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson	.075	.174	.225	.055	.227	1	.164	.396*	.069	.639*	.437
	Correlation										*	
	Sig. (2-tailed)	.693	.358	.231	.771	.228		.385	.030	.717	.000	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Hak Cipta :

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

X1.7	Pearson Correlation	.155	.620	.493	.586	.756	.164	1	.253	.014	.365	.752
			**	**	**	**					*	**
	Sig. (2-tailed)	.413	.000	.006	.001	.000	.385		.177	.942	.047	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.586	.278	.443	.000	.336	.396	.253	1	.686	.418	.615
		**		*			*			**	*	**
	Sig. (2-tailed)	.001	.137	.014	1.000	.070	.030	.177		.000	.022	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.438	.157	.305	.089	.179	.069	.014	.686	1	.273	.410
		*							**			*
	Sig. (2-tailed)	.016	.407	.101	.640	.345	.717	.942	.000		.144	.024
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.298	.401	.474	.292	.389	.639	.365	.418	.273	1	.669
			*	**		*	**	*	*			**
	Sig. (2-tailed)	.110	.028	.008	.117	.034	.000	.047	.022	.144		.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HalalAwareness	Pearson Correlation	.464	.815	.789	.617	.825	.437	.752	.615	.410	.669	1
		**	**	**	**	**	*	**	**	*	**	
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.000	.016	.000	.000	.024	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Uji Validitas *Pre-Test* Variabel Religiusitas (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Religiusitas
X2.1	Pearson	1	.659**	.548**	.311	.136	-.002	.287	.477**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.095	.475	.992	.124	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson	.659**	1	.674**	.721**	.282	.187	.452*	.698**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.131	.322	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson	.548**	.674**	1	.655**	.565**	.331	.366*	.762**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.001	.074	.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson	.311	.721**	.655**	1	.611**	.533**	.556**	.845**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.095	.000	.000		.000	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson	.136	.282	.565**	.611**	1	.858**	.528**	.832**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.475	.131	.001	.000		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson	-.002	.187	.331	.533**	.858**	1	.552**	.754**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.992	.322	.074	.002	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson	.287	.452*	.366*	.556**	.528**	.552**	1	.748**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.124	.012	.047	.001	.003	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Religiusitas	Pearson	.477**	.698**	.762**	.845**	.832**	.754**	.748**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

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. Uji Validitas *Pre-Test* Variabel Gaya Hidup (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	GayaHidup
X3.1	Pearson Correlation	1	.554**	.352	.319	.487**	.334	.290	.369*	.557**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.001	.056	.085	.006	.072	.120	.045	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.554**	1	.347	.189	.606**	.371*	.193	.371*	.211	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001		.060	.317	.000	.044	.306	.043	.263	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.352	.347	1	.295	.564**	.537**	.107	.372*	.225	.697**
	Sig. (2-tailed)	.056	.060		.114	.001	.002	.574	.043	.232	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.319	.189	.295	1	.528**	.261	.111	.515**	.594**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.085	.317	.114		.003	.164	.558	.004	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.487**	.606**	.564**	.528**	1	.571**	.156	.532**	.308	.828**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.001	.003		.001	.410	.002	.097	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.334	.371*	.537**	.261	.571**	1	.194	.369*	.137	.692**
	Sig. (2-tailed)	.072	.044	.002	.164	.001		.304	.045	.470	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.290	.193	.107	.111	.156	.194	1	.185	.152	.363*
	Sig. (2-tailed)	.120	.306	.574	.558	.410	.304		.328	.424	.049
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	.369*	.371*	.372*	.515**	.532**	.369*	.185	1	.294	.694**
	Sig. (2-tailed)	.045	.043	.043	.004	.002	.045	.328		.115	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

X3.9	Pearson	.557**	.211	.225	.594**	.308	.137	.152	.294	1	.556**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.001	.263	.232	.001	.097	.470	.424	.115		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GayaHidup	Pearson	.703**	.654**	.697**	.629**	.828**	.692**	.363*	.694**	.556**	1
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.049	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



© 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



4. Uji Validitas *Pre-Test* Variabel *Viral Marketing* (X4)

		Correlations														ViralMarketing
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	X4.13	X4.14	
X4.1	Pearson Correlation	1	.365*	.188	.475**	.443*	.575**	.340	.028	.331	.031	.310	.119	.483**	.241	.560**
	Sig. (2-tailed)		.047	.320	.008	.014	.001	.066	.882	.074	.870	.096	.532	.007	.199	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.365*	1	.109	.194	.101	.259	.467**	.287	.244	.117	.318	.277	-	-	.465**
	Sig. (2-tailed)	.047		.567	.304	.595	.166	.009	.124	.194	.538	.087	.138	.975	.871	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.188	.109	1	.499**	.219	.437*	.435*	.291	.198	.172	-	.034	.098	.129	.436*
	Sig. (2-tailed)	.320	.567		.005	.246	.016	.016	.119	.293	.365	.851	.857	.605	.498	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.475**	.194	.499**	1	.190	.499**	.388*	.289	.200	-	.104	.150	.308	.132	.511**
	Sig. (2-tailed)	.008	.304	.005		.314	.005	.034	.122	.289	.890	.584	.430	.097	.487	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.443*	.101	.219	.194	1	.637**	.139	-	.170	.154	.094	-	.391*	.087	.365*
	Sig. (2-tailed)	.014	.595	.246	.314		.001	.465	.679	.370	.417	.623	.906	.032	.649	.047
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

X4.6	Pearson Correlation	.575**	.259	.437*	.499**	.637**	1	.390*	.004	.515**	.184	.296	.240	.530**	.404*	.679**
	Sig. (2-tailed)	.001	.166	.016	.005	.000		.033	.983	.004	.330	.112	.202	.003	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.7	Pearson Correlation	.340	.467**	.435*	.388*	.139	.390*	1	.732**	.445*	.196	.339	.418*	.212	.217	.717**
	Sig. (2-tailed)	.066	.009	.016	.034	.465	.033		.000	.014	.299	.067	.022	.262	.249	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.8	Pearson Correlation	.028	.287	.291	.289	-.079	.004	.732**	1	.423*	.372*	.294	.449*	.232	.073	.590**
	Sig. (2-tailed)	.882	.124	.119	.122	.679	.983	.000		.020	.043	.114	.013	.217	.701	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.9	Pearson Correlation	.331	.244	.198	.200	.170	.515**	.445*	.423*	1	.556**	.628**	.663**	.640**	.499**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.074	.194	.293	.289	.370	.004	.014	.020		.001	.000	.000	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.10	Pearson Correlation	.031	.117	.172	-.026	.154	.184	.196	.372*	.556**	1	.149	.456*	.332	-.058	.470**
	Sig. (2-tailed)	.870	.538	.365	.890	.417	.330	.299	.043	.001		.433	.011	.073	.761	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.11	Pearson Correlation	.310	.318	-.036	.104	.094	.296	.339	.294	.628**	.149	1	.648**	.520**	.315	.642**
	Sig. (2-tailed)									.000			.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



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

	Sig. (2-tailed)	.096	.087	.851	.584	.623	.112	.067	.114	.000	.433		.000	.003	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.12	Pearson Correlation	.119	.277	.034	.150	-.022	.240	.418*	.449*	.663**	.456*	.648**	1	.513**	.234	.684**
	Sig. (2-tailed)	.532	.138	.857	.430	.906	.202	.022	.013	.000	.011	.000		.004	.214	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.13	Pearson Correlation	.483**	-.006	.098	.308	.391*	.530**	.212	.232	.640**	.332	.520**	.513**	1	.405*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.007	.975	.605	.097	.032	.003	.262	.217	.000	.073	.003	.004		.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.14	Pearson Correlation	.241	-.031	.129	.132	.087	.404*	.217	.073	.499**	-.058	.315	.234	.405*	1	.454*
	Sig. (2-tailed)	.199	.871	.498	.487	.649	.027	.249	.701	.005	.761	.090	.214	.026		.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ViralMarketing	Pearson Correlation	.560**	.465**	.436*	.511**	.365*	.679**	.717**	.590**	.824**	.470**	.642**	.684**	.690**	.454*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.016	.004	.047	.000	.000	.001	.000	.009	.000	.000	.000	.012	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

5. Uji Validitas *Pre-Test* Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y1 0	Y1 1	Y1 2	KeputusanPe mbelian
Y1	Pears on Correl ation	1	.54 9**	.04 0	- .08 3	.69 3**	.28 8	.49 8**	.29 5	.36 5*	.33 3	.37 2*	.56 9**	.608**
	Sig. (2- tailed)		.00 2	.83 4	.66 4	.00 0	.12 3	.00 5	.11 3	.04 7	.07 2	.04 3	.00 1	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pears on Correl ation	.54 9**	1	.34 2	.15 4	.48 7**	.57 4**	.23 9	.27 6	.37 5*	.45 1*	.36 7*	.63 6**	.710**
	Sig. (2- tailed)	.00 2		.06 4	.41 7	.00 6	.00 1	.20 4	.13 9	.04 1	.01 2	.04 6	.00 0	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pears on Correl ation	.04 0	.34 2	1	.54 3**	.07 5	.49 1**	.13 7	- .02 9	.22 2	.05 6	.01 8	.14 5	.500**
	Sig. (2- tailed)	.83 4	.06 4		.00 2	.69 4	.00 6	.47 0	.88 0	.23 9	.76 9	.92 5	.44 4	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pears on Correl ation	- .08 3	.15 4	.54 3**	1	.19 5	.37 7*	- .13 7	- .10 7	.00 6	.30 7	.15 9	.14 4	.449*
	Sig. (2- tailed)	.66 4	.41 7	.00 2		.30 2	.04 0	.47 0	.57 2	.97 3	.09 9	.40 2	.44 8	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pears on Correl ation	.69 3**	.48 7**	.07 5	.19 5	1	.53 3**	.43 1*	.23 8	.31 3	.65 2**	.56 9**	.65 9**	.753**
	Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 6	.69 4	.30 2		.00 2	.01 8	.20 5	.09 2	.00 0	.00 1	.00 0	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

- 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

Y6	Pears on Correl ation	.28 8	.57 4**	.49 1**	.37 7*	.53 3**	1	.21 5	.00 6	.40 8*	.44 2*	.39 6*	.69 9**	.749**
	Sig. (2- tailed)	.12 3	.00 1	.00 6	.04 0	.00 2		.25 4	.97 3	.02 5	.01 4	.03 0	.00 0	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pears on Correl ation	.49 8**	.23 9	.13 7	- .13 7	.43 1*	.21 5	1	.68 2**	.50 6**	.22 5	.28 6	.33 3	.569**
	Sig. (2- tailed)	.00 5	.20 4	.47 0	.47 0	.01 8	.25 4		.00 0	.00 4	.23 2	.12 5	.07 2	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pears on Correl ation	.29 5	.27 6	- .02 9	- .10 7	.23 8	.00 6	.68 2**	1	.24 4	.04 4	.09 7	.20 7	.374
	Sig. (2- tailed)	.11 3	.13 9	.88 0	.57 2	.20 5	.97 3	.00 0		.19 4	.81 7	.60 9	.27 3	.042
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pears on Correl ation	.36 5*	.37 5*	.22 2	.00 6	.31 3	.40 8*	.50 6**	.24 4	1	.27 5	.32 4	.42 3*	.583**
	Sig. (2- tailed)	.04 7	.04 1	.23 9	.97 3	.09 2	.02 5	.00 4	.19 4		.14 2	.08 1	.02 0	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pears on Correl ation	.33 3	.45 1*	.05 6	.30 7	.65 2**	.44 2*	.22 5	.04 4	.27 5	1	.79 6**	.53 7**	.663**
	Sig. (2- tailed)	.07 2	.01 2	.76 9	.09 9	.00 0	.01 4	.23 2	.81 7	.14 2		.00 0	.00 2	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pears on Correl ation	.37 2*	.36 7*	.01 8	.15 9	.56 9**	.39 6*	.28 6	.09 7	.32 4	.79 6**	1 9**	.73	.644**
	Sig. (2- tailed)													
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



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

	Sig. (2-tailed)	.043	.046	.925	.402	.001	.030	.125	.609	.081	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.569**	.636**	.145	.144	.659**	.699**	.333	.207	.423*	.537**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.444	.448	.000	.000	.072	.273	.020	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KeputusanPembelian	Pearson Correlation	.608**	.710**	.500**	.449*	.753**	.749**	.569**	.374*	.583**	.663**	.644**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.013	.000	.000	.001	.042	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 4 Uji Reliabilitas *Pre-Test*1. Uji Reliabilitas Variabel *Halal Awareness* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	10

2. Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	7

3. Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.827	9

4. Uji Reliabilitas Variabel *Viral Marketing* (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	14

5. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	12

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Lampiran 5 *Offending Estimates*_SLF



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Lampiran 6 Uji Validitas (Akhir)_SLF



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Lampiran 7 Uji Validitas (Akhir)_T-value



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 8 Goodness of Fit Test

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 812
 Minimum Fit Function Chi-Square = 1193.17 (P = 0.0)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 1181.03 (P = 0.00)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 369.03
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (281.42 ; 464.64)

Minimum Fit Function Value = 5.10
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 1.58
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (1.20 ; 1.99)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.044
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.038 ; 0.049)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.97

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 6.57
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (6.19 ; 6.98)
 ECVI for Saturated Model = 8.46
 ECVI for Independence Model = 109.62

Chi-Square for Independence Model with 946 Degrees of Freedom = 25563.49
 Independence AIC = 25651.49
 Model AIC = 1537.03
 Saturated AIC = 1980.00
 Independence CAIC = 25847.71
 Model CAIC = 2330.84
 Saturated CAIC = 6394.99

Normed Fit Index (NFI) = 0.95
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.98
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.82
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.98
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.98
 Relative Fit Index (RFI) = 0.95

Critical N (CN) = 179.21
 Root Mean Square Residual (RMR) = 0.036
 Standardized RMR = 0.061
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.81

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.77
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.67

**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

