

**ANALISIS *HALAL AWARENESS* ANTARA
MAHASISWA DI FAKULTAS ILMU UMUM
DAN FAKULTAS ILMU AGAMA
(STUDI KASUS: *HALAL FOOD COURT* UIN
SUNAN KALIJAGA)**



Oleh :

MANSYUR HAMID BROTOSENO

NIM : 23206061003

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1998/Un.02/DST/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Halal Awareness Antara Mahasiswa di Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama (Studi Kasus: Halal Food Court UIN Sunan Kalijaga)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MANSYUR HAMID BROTOSENO, S. T.
Nomor Induk Mahasiswa : 23206061003
Telah diujikan pada : Jumat, 22 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Ir. Ira Setyaningsih, S.T., M.Sc. IPM, ASEAN Eng.
SIGNED

Valid ID: 68a852199b1a



Penguji I

Dr. Epha Diana Supandi, S.Si., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 68a8c2a4201cc



Penguji II

Ir. Khusna Dwijayanti, ST., M.Eng., Ph.D.
ASEAN Eng.
SIGNED

Valid ID: 68a821400882e



Yogyakarta, 22 Agustus 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68a8c685591b

SURAT PERSETUJUAN TESIS



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-STUINSK-BM-05-B/R0

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan melakukan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis mahasiswa :

Nama : Mansyur Hamid Brotoseno
NIM : 23206061003
Jurusan/Semester : Magister Teknik Industri / 4
Fakultas : Sains & Teknologi
Judul : Analisis Halal Awareness Antara Mahasiswa Di
Fakultas Ilmu Umum Dan Fakultas Ilmu Agama
(Studi Kasus: Halal Food Court UIN Sunan
Kalijaga)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Magister Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Teknik (Strata Dua) pada program studi Magister Teknik Industri.

Dengan ini kami mengharapkan agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan.

Yogyakarta, 10 Agustus 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ir. Ira Setyaningsih, S.T., M.Sc., IPM., ASEAN Eng. Prof. Ir. Dwi Agustina Kurniawati, S.T., M.Eng., Ph.D., IPM., ASEAN Eng.

NIP : 19790326 200604 2 002

NIP : 19790806 200604 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mansyur Hamid Brotoseno

NIM : 23206061003

Jenjang : Magister

Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa naskah tesis yan berjudul “Analisis Halal Awareness Antara Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Umum Dan Fakultas Ilmu Agama (Studi Kasus: Halal Food Court UIN Sunan Kalijaga)” secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri yang bebas dari plagiasi. Kecuali bagian-bagian tertentu yang disitasi sesuai dengan tata cara ilmiah.

Jika dikemudian hari penelitian ini terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Agustus 2025

Saya yang menyatakan,



Mansyur Hamid Brotoseno

23206061003

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia berupa nikmat sehat, dan atas dukungan orang-orang tercinta.

Akhirnya tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tesis ini saya persembahkan:

Kepada orang tua saya, Bapak Ngadiran Hadi Prayitno dan Ibu Devina yang selalu memberi dukungan, semangat serta doa selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

Kepada saudara-saudara saya, yang memberikan semangat kepada saya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

لا تأتيك الأيام الجميلة من تلقاء نفسها، عليك أن تسعى إليها

- جلال الدين الرومي -

"Hari-hari baik tidak datang dengan sendirinya,
engkau harus berjuang untuk mencapainya."

-Jalaluddin Rumi-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang tak terhingga. Berkat izin dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan thesis yang berjudul "**ANALISIS *HALAL AWARENESS* ANTARA MAHASISWA DI FAKULTAS ILMU UMUM DAN FAKULTAS ILMU AGAMA (STUDI KASUS: *HALAL FOOD COURT* UIN SUNAN KALIJAGA)**". Thesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Teknik Industri pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat manusia, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan thesis ini tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Kepada Syaikhina Wa Murobbi Ruhina Romo KH. Ahmad Zabidi Marzuqi, Lc. dan Romo KH. Wahib Machfudz**, guru spiritual sekaligus pembimbing ruhani penulis selama menempuh pendidikan di pesantren.

Dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang, beliau telah menanamkan nilai-nilai keimanan, keteladanan, serta membimbing penulis dalam menapaki jalan ilmu dan kehidupan. Doa, nasihat, dan bimbingan beliau menjadi cahaya penerang dan sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis, sehingga mampu melewati berbagai ujian dan tantangan hingga sampai pada tahap ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan balasan terbaik atas segala ketulusan dan pengorbanan beliau dalam membimbing dan mendoakan penulis.

2. **Kepada Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**, yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta suasana akademik yang kondusif sehingga penulis dapat menempuh pendidikan dan menyelesaikan studi dengan baik.
3. **Kepada orang tua tercinta**, khususnya kepada almarhum Bapak Ngadiran Hadi Prayitno, sosok ayah yang menjadi teladan dalam keteguhan, keikhlasan, dan cinta tanpa syarat. Meski raganya telah tiada, namun setiap doa, nasihat, dan semangat yang beliau wariskan senantiasa hidup dan menjadi cahaya penuntun dalam setiap langkah penulis. Semoga Allah SWT menerima segala amal ibadah beliau, melapangkan kuburnya, dan menempatkannya di tempat terbaik di sisi-Nya. Kepada Ibu Devina, yang dengan penuh kasih dan kesabaran

selalu menjadi sumber kekuatan, serta seluruh keluarga besar yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan, dan cinta yang tulus, penulis haturkan terima kasih yang tak terhingga. Tanpa doa dan restu dari keluarga, perjalanan ini tentu tidak akan pernah sampai pada tujuan.

4. **Kepada Dr. Ir. Ira Setyaningsih, S.T., M.Sc, IPM, ASEAN Eng.,** selaku Kepala Program Studi Teknik Industri sekaligus pembimbing I, yang telah dengan penuh kesabaran dan ketulusan membimbing penulis selama proses penyusunan thesis ini. Setiap arahan, motivasi, dan ilmu yang diberikan menjadi bekal berharga yang menuntun penulis dalam menapaki setiap tahapan penelitian. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan dedikasi yang telah Ibu curahkan, sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ini dengan sebaik-baiknya.
5. **Kepada Prof. Ir. Dwi Agustina Kurniawati, S.T., M.Eng., Ph.D, IPM, ASEAN Eng.,** selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan saran yang sangat berarti dalam proses penulisan thesis ini. Ketelitian, ketegasan, dan perhatian Ibu dalam membimbing penulis telah menjadi motivasi tersendiri untuk terus belajar dan memperbaiki diri.
6. **Kepada Dr. Epha Diana Supandi, S.Si., M.Sc., dan Ir. Khusna Dwijayanti, S.T., M.Eng., Ph.D, ASEAN Eng.,** selaku dosen penguji, yang telah memberikan

kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun demi kesempurnaan karya ini. Setiap pertanyaan dan arahan yang Bapak berikan telah membuka wawasan dan memperkaya pemahaman penulis dalam bidang yang digeluti.

7. **Kepada Via Astalia** yang tak kalah penting kehadirannya, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah. Kehadiranmu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi tersendiri dalam setiap langkah penulis.
8. **Kepada keluarga besar Fakultas Sains dan Teknologi**, khususnya Magister Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga yang telah mendukung dan berjuang bersama-sama selama masa perkuliahan.
9. **Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan tesis ini**, khususnya para responden yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
10. **Kepada diriku sendiri**, terima kasih telah melangkah sejauh ini. Terima kasih telah bertahan di tengah kesulitan, menepis keraguan, dan terus berjuang meskipun perjalanan tidak selalu mudah. Semua peluh,

air mata, dan pengorbanan yang telah dilalui menjadi saksi bahwa dirimu mampu menghadapi segala tantangan. Semoga langkah yang telah ditempuh ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih indah di masa depan. Jangan berhenti bermimpi, karena dirimu adalah bukti dari kekuatan dan harapan yang tak pernah padam.

Semoga segala kebaikan dan kebermanfaatannya telah diberikan menjadi amal jariyah dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa thesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi para pembaca. Aamiin.

Terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 10 Agustus 2025
Penulis,



Mansyur Hamid Brotoseno

ABSTRAK

Kesadaran terhadap produk halal (*halal awareness*) menjadi aspek penting bagi umat Muslim, tidak hanya dari sisi keagamaan tetapi juga terkait kualitas, kebersihan, dan keamanan produk. Mahasiswa sebagai generasi muda Muslim merupakan kelompok strategis dalam pembentukan kesadaran halal, namun tingkat *halal awareness* dapat berbeda berdasarkan latar belakang pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat *halal awareness* mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta secara umum, membandingkan perbedaan *halal awareness* antara mahasiswa Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama, serta menentukan dimensi *halal awareness* (pengetahuan, sikap, dan perilaku) yang paling dominan pada masing-masing kelompok. Mengacu pada teori perilaku konsumen dan konsep *halal awareness* yang terdiri dari pengetahuan, sikap, dan perilaku, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif dengan instrumen kuesioner skala Likert yang valid dan reliabel. Sampel terdiri dari 155 mahasiswa aktif yang telah mengunjungi *Halal Food Court* kampus. Analisis statistik deskriptif menunjukkan tingkat *halal awareness* mahasiswa secara umum tinggi (mean=98,96; SD=9,60). Uji t independen mengungkapkan tidak ada perbedaan signifikan antara mahasiswa Fakultas Ilmu Agama dan Ilmu Umum ($p=0,472 > 0,05$). Dimensi sikap merupakan yang paling dominan di kedua kelompok, diikuti pengetahuan, dengan perilaku sebagai dimensi terendah, menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran dan implementasi perilaku konsumsi halal. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur *halal awareness* lintas bidang studi dan secara praktis merekomendasikan pengembangan program edukasi halal lintas disiplin serta penguatan literasi halal di lingkungan perguruan tinggi.

Kata kunci: *halal awareness*, perbandingan, pengetahuan, sikap, perilaku

ABSTRACT

Halal awareness is an essential aspect for Muslim consumers, not only from a religious perspective but also in terms of quality, hygiene, and product safety. University students, as the young Muslim generation, play a strategic role in shaping halal consumption trends. This study investigates the level of halal awareness among students at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta and compares it between students of Religious Sciences and General Sciences faculties. Drawing upon theories of consumer behavior and halal awareness—which encompass knowledge, attitude, and behavior—this research adopts a quantitative comparative approach. Data were collected from 155 active students who had visited the campus Halal Food Court, using a validated Likert-scale questionnaire. Descriptive analysis indicated that students generally exhibited a high level of halal awareness (mean = 98.96, SD = 9.60). Independent samples t-test results revealed no significant difference in halal awareness between the two faculties ($p = 0.472$), suggesting that academic background does not significantly affect halal awareness. Dimension analysis showed that attitude is the most dominant dimension in both faculty groups, followed by knowledge, with behavior scoring lowest—highlighting a gap between awareness and actual practice. This research contributes theoretically by enriching the literature on halal awareness among students with varied educational backgrounds and practically by providing recommendations for developing effective, cross-disciplinary halal education strategies and campus policies to strengthen halal literacy.

Keywords: *halal awareness, comparative study, faculty, knowledge, attitude, behavior*

DAFTAR ISI

COVER	1
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xii
ABSTRCK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	26
2.2.1 <i>Halal Awareness</i>	27
2.2.2 Perilaku Konsumen	29
2.2.3 Hubungan antara <i>Halal Awareness</i> dan Perilaku Konsumen	32
2.2.4 Uji t Independen (Independent Sample t-Test)	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian	39
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.3 Objek Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Diagram Alir Penelitian	42
3.7 Desain Kuesioner	46
3.7.1 Relevansi dengan tujuan penelitian.....	47
3.7.2 Hubungan Antar Aspek dalam Pengelompokan	

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.1.1 Uji Validitas	54
4.1.2 Uji Reliabilitas	56
4.2 Karakteristik Responden	58
4.3 Analisis Deskriptif Tingkat Halal Awareness Mahasiswa.....	60
4.4 Analisis Perbedaan Halal Awareness Berdasarkan Fakultas	61
4.4.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.2 Uji Homogenitas	62
4.4.3 Hasil Uji t.....	63
4.5 Analisis Dimensi Dominan Halal Awareness pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama	67
4.6 Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi	86
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	88
5.4 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	90

DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	101
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	116



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian terdahulu	17
Tabel 2.2 Identifikasi Variabel <i>Halal Awareness</i>	24
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Homogenitas.....	62
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif	64
Tabel 4.7 Hasil Uji T.....	65
Tabel 4.8 Dimensi <i>Halal Awareness</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Umum Dan Fakultas Ilmu Agama	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sertifikat Penghargaan BI <i>Award</i> 2024....	101
Lampiran 2 Ruang <i>Halal Food Court</i> UIN Sunan Kalijaga.....	102
Lampiran 3 Pengunjung <i>Halal Food Court</i> UIN Sunan Kalijaga.....	103
Lampiran 4 Gedung <i>Halal Food Court</i> UIN Sunan Kalijaga.....	104
Lampiran 5 Kuesioner Analisis <i>Halal Awareness</i> Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga	105
Lampiran 6 Hasil Kuesioner Analisis <i>Halal Awareness</i> Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga	106
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dimensi Pengetahuan.	107
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dimensi sikap.....	107
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dimensi perilaku	108
Lampiran 10 Tabel <i>r</i>	109
Lampiran 11 Hasil Uji Realibilitas Tiga Dimensi	110
Lampiran 12 Analisis Deskriptif Tingkat <i>Halal Awareness</i> Mahasiswa.....	111
Lampiran 13 Uji Normalitas <i>Kolmogorof-Smirnov</i>	111
Lampiran 14 Hasil Uji Homogenitas dan Hasil Uji <i>t</i> ..	112
Lampiran 15 Hasil Uji <i>T</i> Statsistika Deskriptif	112
Lampiran 16 Dimensi Pengetahuan <i>Halal Awareness</i> Pada Mahasiswa Ilmu Umum Dan Ilmu Agama	113

Lampiran 17 Dimensi Sikap *Halal Awareness* Pada
Mahasiswa Ilmu Umum Dan Ilmu Agama..... 114

Lampiran 18 Dimensi Perilaku *Halal Awareness* Pada
Mahasiswa Ilmu Umum Dan Ilmu Agama..... 115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 diagram alir penelitian	43
Gambar 3.2 kerangka konseptual <i>halal awaress</i> berdasarkan tiga dimensi: pengetahuan, sikap, dan perilaku	49
Gambar 4.1 karakteristik responden berdasarkan Fakultas	58



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran terhadap produk halal (*Halal Awareness*) menjadi aspek penting dalam kehidupan umat Muslim, tidak hanya dari sisi keagamaan, tetapi juga terkait dengan kualitas, kebersihan dan keamanan produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kehalalan produk pangan merupakan hal penting bagi umat muslim dan setiap muslim wajib mengonsumsi makanan yang halal (Nadia Sebrina Putri dkk., 2023), Mahasiswa sebagai generasi muda Muslim menjadi peran penting dalam tren ini. Namun tingkat *halal awareness* di kalangan mahasiswa dapat bervariasi tergantung pada latar belakang pendidikan (Putri dkk., 2023). Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana tingkat kesadaran terhadap produk halal di kalangan mahasiswa.

Maraknya kampanye dan edukasi mengenai gaya hidup halal berdampak pada perubahan perilaku masyarakat secara nyata, khususnya dalam aspek makanan, *fashion*, keuangan dan kosmetik (Ardiansyah, 2024). Menurut Murhanjati S (2020) di dalam penelitiannya Putri dkk. (2023) ada berbagai faktor mempengaruhi keputusan dalam memilih pangan halal, seperti adanya sertifikasi halal pada kemasan, persepsi individu terhadap kesadaran

diri, serta tingkat pengetahuan mengenai makanan halal dan non-halal. Faktor-faktor ini dapat mendorong meningkatnya minat konsumen untuk membeli produk halal. Oleh sebab itu, penting untuk mengetahui tidak hanya seberapa tinggi tingkat *halal awareness*, tetapi juga dimensi mana yang paling menonjol di kalangan mahasiswa, seperti aspek pengetahuan, sikap, atau perilaku mereka terhadap produk halal.

Mahasiswa, sebagai generasi muda yang berada dalam lingkungan pendidikan tinggi, merupakan kelompok yang strategis untuk diteliti dalam konteks *halal awareness*. Mereka berada pada fase pembentukan nilai dan sikap yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan akademik dan sosial. Perbedaan latar belakang keilmuan, pengalaman belajar, dan paparan terhadap nilai-nilai keagamaan dapat memengaruhi tingkat pemahaman dan perilaku mahasiswa terhadap produk halal. Mahasiswa dari Fakultas Ilmu Agama umumnya mendapatkan materi pembelajaran yang lebih banyak berkaitan dengan syariat Islam, termasuk konsep halal dan haram. Sementara itu, mahasiswa dari Fakultas Ilmu Umum cenderung lebih banyak memperoleh wawasan dari sudut pandang sains dan teknologi yang tidak secara langsung membahas prinsip-prinsip kehalalan (Nurhayati & Hendar, 2020). Kajian yang dilakukan oleh Sari dkk. (2023) juga mengungkapkan bahwa tingkat pengetahuan dan sikap

mahasiswa terhadap isu kehalalan sangat dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang Pendidikan yang dimiliki. Mahasiswa Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta mayoritas beragama Islam, juga mendasari ilmu-ilmu dan konsep Agama Islam. Maka dari itu kebutuhan suatu yang halal sudah menjadi sebuah kewajiban untuk para mahasiswa memilih apa yang akan dikonsumsi. Namun, belum diketahui secara pasti apakah perbedaan latar belakang keilmuan tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *halal awareness* mereka secara keseluruhan maupun terhadap setiap dimensi *halal awareness* yang dimiliki.

UIN Sunan Kalijaga sebagai perguruan tinggi Islam telah menyediakan *Halal Food Court* untuk mendukung konsumsi yang sesuai syariah bagi seluruh warga kampus. Namun, meskipun *Halal Food Court* ini menyediakan produk yang sudah pasti memenuhi standar halal, kesadaran mahasiswa akan konsep halal dan dampaknya terhadap pilihan konsumsi mereka masih perlu dipelajari lebih lanjut. Sampai saat ini masih sedikit penelitian yang membahas sejauh mana mahasiswa, baik dari Fakultas Agama maupun umum, mengetahui dan memahami fungsi serta pentingnya *food court* tersebut. Sebagai bentuk realisasinya, sebagian mahasiswa minim memahami konsep yang mendalam terkait kehalalan, baik pengetahuan atau preferensinya.

Dalam berbagai penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa *halal awareness* dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pengetahuan, religiusitas, norma sosial, dan sikap individu terhadap produk halal. Sebagai contoh, penelitian oleh (Ahmad dkk., 2015) menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiusitas memiliki hubungan signifikan dengan kesadaran terhadap produk halal. Penelitian oleh (Nurhayati & Hendar, 2020) juga menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki religiusitas tinggi cenderung memiliki *Halal Awareness* yang lebih baik. Penelitian (Iranmanesh dkk., 2022) menegaskan pentingnya edukasi halal untuk membentuk perilaku konsumen yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Oleh karena itu, dimensi *halal awareness* seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku penting untuk diukur secara terpisah guna mengetahui kecenderungan yang paling menonjol pada masing-masing kelompok mahasiswa.

Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka merupakan generasi muda Muslim yang berada dalam fase pembentukan nilai, sikap, dan perilaku, termasuk dalam hal kesadaran terhadap produk halal. Lingkungan akademik dan sosial di perguruan tinggi secara langsung memengaruhi pemahaman dan praktik konsumsi halal. Selain itu, perbedaan latar belakang pendidikan antara mahasiswa Fakultas Ilmu Agama dan

Fakultas Ilmu Umum memungkinkan analisis perbandingan tingkat *Halal Awareness* yang relevan. Mahasiswa juga merupakan konsumen aktif di lingkungan kampus, sehingga penelitian terhadap kelompok ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai pengetahuan, sikap, dan perilaku terkait produk halal, serta menjadi dasar untuk perencanaan edukasi halal yang lebih tepat sasaran.

Penelitian ini menjadi penting karena hingga saat ini masih sedikit studi yang secara spesifik membandingkan tingkat *Halal Awareness* antara mahasiswa Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama di lingkungan perguruan tinggi Islam. Padahal, mengetahui adanya perbedaan tingkat *Halal Awareness* di antara kedua kelompok ini dapat menjadi dasar dalam merancang kebijakan edukasi halal yang lebih efektif dan tepat sasaran. Selain itu, penting juga untuk menganalisis lebih jauh dimensi *halal awareness* mana yang paling dominan pada masing-masing kelompok mahasiswa, sebagai dasar pertimbangan intervensi pendidikan yang lebih tepat. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tidak hanya secara teoritis tetapi juga secara praktis bagi pengelola kampus dan instansi terkait dalam upaya meningkatkan literasi halal di kalangan mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat *halal awareness* mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta secara umum?
2. Apakah terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat *halal awareness* antara mahasiswa Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama?
3. Dimensi *halal awareness* apa paling dominan pada masing-masing kelompok mahasiswa Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengukur tingkat *halal awareness* mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta secara umum.
2. Menganalisis perbedaan tingkat *halal awareness* antara mahasiswa dari Fakultas ilmu keagamaan dan ilmu umum.
3. Mengidentifikasi dimensi *halal awareness* (pengetahuan, sikap, dan perilaku) yang paling dominan pada masing-masing kelompok mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah literatur mengenai *halal awareness* di kalangan mahasiswa, khususnya dalam konteks perbedaan latar belakang pendidikan.

2. Manfaat Praktis:

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pihak kampus, khususnya pengelola *Halal Food Court* dan pihak terkait, dalam merancang strategi edukasi halal yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik mahasiswa berdasarkan latar belakang Fakultas mereka.

3. Manfaat Sosial:

Meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap pentingnya memilih produk halal sebagai bagian dari gaya hidup Islami.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, yaitu:

1. Subjek penelitian dibatasi hanya pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini terbatas pada mahasiswa aktif dari Fakultas Umum dan Fakultas Agama.

2. Penelitian juga membatasi pada mahasiswa yang sudah mengunjungi *halal food Hourt* Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, guna melihat keterkaitan pengalaman tersebut dengan Tingkat *halal awareness*.
3. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner skala Likert, sehingga hasil bersifat berdasarkan persepsi responden.

1.6 Sistematika Penulisan Penelitian

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. **BAB I: PENDAHULUAN**, Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.
2. **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**, Membahas teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, seperti konsep *halal awareness* (pengetahuan, sikap, dan perilaku), teori perilaku konsumen, serta hubungan antara *halal awareness* dengan perilaku konsumen. Selain itu, bab ini juga mencakup kajian penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran penelitian.
3. **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**, Menjelaskan metode penelitian, lokasi dan waktu,

objek penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, serta desain kuesioner dan kerangka penelitian.

4. **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN,** Menyajikan hasil uji validitas dan reliabilitas, deskripsi responden, analisis tingkat *halal awareness*, perbedaan antar Fakultas, dimensi dominan, serta pembahasan hasil penelitian.
5. **BAB V: PENUTUP** Berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Tingkat *Halal Awareness* Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta secara Umum

Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga memiliki tingkat *halal awareness* yang tinggi, dengan skor rata-rata 98,961 pada skala 24–120. Nilai ini menunjukkan kategori kesadaran halal yang baik dan konsisten di antara responden, ditunjukkan pula oleh standar deviasi yang relatif kecil (9,599), menandakan persepsi yang merata di kalangan mahasiswa.

2. Perbedaan Tingkat *Halal Awareness* antara Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama

Berdasarkan hasil uji *Independent Samples t-test*, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat *halal awareness* antara mahasiswa Fakultas Ilmu Umum (mean = 98,14) dan Fakultas Ilmu Agama (mean = 99,34), dengan $p = 0,472$ ($p > 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa latar belakang fakultas tidak

mempengaruhi tingkat kesadaran halal mahasiswa secara statistik.

3. Dimensi *Halal Awareness* Paling Dominan pada Masing-Masing Fakultas

Ketiga dimensi *halal awareness* (pengetahuan, sikap, dan perilaku) menunjukkan pola yang sama, yaitu dimensi sikap sebagai yang paling dominan. Mahasiswa Fakultas Ilmu Umum mencatat rata-rata skor sikap sebesar 4,270, sedangkan Fakultas Ilmu Agama sebesar 4,349. Dengan demikian, sikap positif terhadap produk halal merupakan penggerak utama dalam internalisasi kesadaran halal di kedua kelompok mahasiswa.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, implikasi yang dapat diambil meliputi:

1. Pengembangan Kurikulum dan Program Non-Kurikuler

Perguruan tinggi dapat memasukkan materi literasi halal secara lintas disiplin dalam kurikulum maupun kegiatan ekstrakurikuler. Misalnya, seminar, lokakarya, dan pengabdian masyarakat berbasis nilai halal dapat diintegrasikan ke dalam berbagai mata kuliah dan unit kemahasiswaan.

2. Penguatan Media dan Platform Digital

Pemanfaatan platform digital seperti webinar, modul *e-learning*, dan aplikasi mobile tentang halal dapat diperluas. Konten interaktif dan multimedia akan menarik minat mahasiswa dan memfasilitasi internalisasi nilai halal melalui jalur afektif dan kognitif.

3. Peningkatan dan Pembinaan *Halal Awareness*

Meningkat kesadaran halal mahasiswa sudah tinggi, fokus selanjutnya adalah membina dan meningkatkan kesadaran ini menjadi perilaku konsumsi halal yang konsisten. Ini bisa dilakukan melalui:

- a. Mendorong Perilaku Aktif: Kampanye atau program yang mengajak mahasiswa aktif memeriksa label halal dan memilih produk bersertifikat, misalnya melalui tantangan atau kolaborasi dengan *Halal Food Court* kampus.
- b. Pemberdayaan Mahasiswa: Melibatkan mahasiswa sebagai duta halal (*halal ambassadors*) untuk mengedukasi teman dan masyarakat tentang *halal lifestyle* melalui komunitas atau *workshop*.
- c. Koneksi dengan Industri Halal: Memfasilitasi interaksi mahasiswa dengan pelaku industri halal (misalnya kunjungan atau magang) untuk

pemahaman praktis dan mendorong kontribusi di ekosistem halal.

- d. Menciptakan Lingkungan Halal Kampus: Memastikan ketersediaan produk dan layanan halal yang mudah diakses di kampus, agar mahasiswa lebih mudah menerapkan kesadaran halalnya sehari-hari.

4. Monitoring dan Evaluasi Berkala

Unit penelitian dan pengembangan di kampus perlu melakukan survei dan evaluasi secara berkala untuk menilai efektivitas program literasi halal. Data ini dapat menjadi dasar perbaikan berkelanjutan dan penyesuaian strategi sesuai kebutuhan mahasiswa.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian dalam interpretasi hasil dan pengembangan studi selanjutnya:

1. Populasi Terbatas

Subjek penelitian hanya mencakup mahasiswa aktif di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya dari Fakultas Ilmu Umum dan Fakultas Ilmu Agama. Hal ini membatasi generalisasi

temuan pada populasi mahasiswa di institusi atau wilayah lain.

2. Pengalaman Khusus Responden

Responden dipilih berdasarkan kriteria telah mengunjungi *Halal Food Court* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Keterbatasan ini dapat mempengaruhi hasil karena pengalaman langsung di *food court* mungkin berbeda dengan pengalaman konsumsi di luar lingkungan kampus.

3. Metode Pengukuran Persepsi

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala Likert yang mengukur persepsi responden. Hasil penelitian bergantung pada kejujuran dan interpretasi responden, sehingga berpotensi mengandung bias subjektif.

4. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat cross-sectional, sehingga hanya menangkap kondisi kesadaran halal dan variabel terkait pada satu titik waktu. Studi longitudinal dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai perubahan kesadaran dan perilaku halal seiring waktu.

5. Variabel Luar

Studi ini tidak mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti pengaruh media sosial, kebijakan

institusi, atau dinamika ekonomi yang mungkin turut memengaruhi tingkat *halal awareness* dan perilaku pembelian.

5.4 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan sampel mahasiswa dari berbagai universitas dan fakultas di luar UIN Sunan Kalijaga untuk meningkatkan generalisasi temuan serta membandingkan konteks urban dan rural. Selain itu, desain longitudinal dapat digunakan untuk memantau perkembangan *halal awareness* dan perilaku konsumen dari waktu ke waktu, sehingga memberikan wawasan dinamis tentang proses internalisasi nilai halal. Selain itu, pendekatan campuran yang menggabungkan survei kuantitatif dengan wawancara mendalam atau fokus grup juga dianjurkan agar persepsi dan motivasi mahasiswa tersampaikan lebih kaya. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel eksternal seperti pengaruh media sosial, kebijakan kampus, dan kondisi ekonomi, serta menguji peran intervensi edukasi berbasis digital dan non-kurikuler dalam meningkatkan kesadaran halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. N., Rahman, A. A., & Rahman, S. A. (2015). Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Food and Cosmetic Products. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(1), 10–14. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2015.v5.413>
- Alam, S. S., & Sayuti, N. M. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8–20. <https://doi.org/10.1108/10569211111111676>
- Alfiyani, I., Rosyada, S., & Kudus, I. (2024). *Halal Awareness Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Akan Produk Halal Konsumen Muslim Millennial*.
- Amalia, N. H., & Nurafini, F. (2024a). Pengaruh Halal Awareness dan Islamic Branding Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian AMDK MAAQO Masyarakat Muslim Jombang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 121–134.
- Amalia, N. H., & Nurafini, F. (2024b). *PENGARUH HALAL AWARENESS DAN ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN*

PEMBELIAN AMDK MAAQO MASYARAKAT MUSLIM JOMBANG. 7.

- 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. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>
- Ardiansyah, A. (2022). ANALISIS LITERASI HALAL DALAM MEMBENTUK GAYA HIDUP ISLAMI DI PERGURUAN TINGGI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta). *Fikrah: Journal of Islamic Education*, 6(1).
- Astuti, C. C., Meiliza, D. R., & Novita, D. (2020). *KLASIFIKASI KARAKTERISTIK MINAT MEMBELI MAHASISWA MUSLIM DI KABUPATEN SIDOARJO MENGGUNAKAN ANALISIS CLUSTER.*
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention – evidence from Pakistan's Halal food sector. *Management Research Review*, 38(6), 640–660. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2014-0022>
- Azzam, H. A. (2024). *Research Cluster related to Halal Behaviour.*
<http://journals.smartinsight.id/index.php/IMR>

- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Chasanah, C. L., & Muzammil, S. (2024). Sertifikasi Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam Perspektif Yuridis. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 211–225. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i1.2022>
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP. IX.*
- Damayanti, P., Komariyah, L., Efwinda, S., Afrilia, N., Aryaputra, A. R., & Muttaqin. (2024). Sosialisasi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Membangun Pemahaman Bisnis Kuliner Halal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Profesi Guru*, 1(1), 17–30. <https://doi.org/10.30872/jpmpg.v1i1.3428>
- Delacre, M., Lakens, D., & Leys, C. (2017). Why psychologists should by default use welch’s t-Test instead of student’s t-Test. *International Review of Social Psychology*, 30(1), 92–101. <https://doi.org/10.5334/irsp.82>

- Fawa'id, M. W., Saka, D. N., Subandono, A., Haq, M. al F. I., & Waeno, M. (2024). *The Halal Lifestyle of Academic Communities in the Islamic Religious Colleges in Kediri in Strengthening the Halal Industry*. 19(2), 177–187.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hari Santoso Wibowo, Rianda Atmaja, Isa Saleh, & Taufikkurrohman, D. (2025). Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan *Halal Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 13(1), 1–17.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v13i1.1710>
- Hariyono, H., Saniah, I., & Nurcahyati, M. (2024). Strategi Pengembangan Industri Klaster Makanan Halal di Indonesia. *International Conference on Islamic Economic (ICIE)*, 2(2), 287–300.
<https://doi.org/10.58223/icie.v2i2.273>
- Hartini, & Malahayatie. (2024). *Implikasi Sertifikat Halal dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan dan Minuman*. 1(2), 3032–7253.
<https://doi.org/10.62108/great.v1i1.688>
- Hendryadi, H. (2024). *Halal Awareness: Insights into Gen Z's Perceptions in Indonesia*. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi*

Manajemen dan Bisnis Islam, 6(1), 27–36.
<https://doi.org/10.36407/serambi.v6i1.1092>

- Iqbal, M., & Kusumawardhani, D. (2023a). Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online. Dalam *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 07).
- Iqbal, M., & Kusumawardhani, M. D. (2023b). Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online. *AJIE- Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 07(01), 23–32.
- Iranmanesh, M., Senali, M. G., Ghobakhloo, M., Nikbin, D., & Abbasi, G. A. (2022). Customer behaviour towards halal food: a systematic review and agenda for future research. Dalam *Journal of Islamic Marketing* (Vol. 13, Nomor 9, hlm. 1901–1917). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0031>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & pal, A. D. K. (2015). *Likert Scale Explored and Explained*. 4(7).
- Jufri, A. (2022). Analisis *Halal Awareness* Mahasiswa Muslim terhadap Makanan Halal di Pamekasan, Madura, Jawa Timur. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 7(2), 88–96.
<https://doi.org/10.37058/jes.v7i2.5368>

- Khasanah, M. (2024). The impact of habit and halal involvement on the intention to purchase international branded food: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, August. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2023-0289>
- Kim, H.-Y. (2019). Statistical notes for clinical researchers: the independent samples t -test . *Restorative Dentistry & Endodontics*, 44(3). <https://doi.org/10.5395/rde.2019.44.e26>
- Koc, F., Ozkan, B., Komodromos, M., Efendioglu, I. H., & Baran, T. (2024). The effects of trust and religiosity on halal products purchase intention: indirect effect of attitude. *EuroMed Journal of Business*, 20(5), 141–165. <https://doi.org/10.1108/EMJB-01-2024-0004>
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 531–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Liang, G., Fu, W., & Wang, K. (2019). Analysis of t-test misuses and SPSS operations in medical research papers. Dalam *Burns and Trauma* (Vol. 7). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1186/s41038-019-0170-3>
- Maidah, E., Pratikto, H., & Dhewi, T. S. (2021). the Effect of Subjective Norm and Religiosity on Purchase Intention

Halal Food Through Student Attitude in University. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 1(3), 178–190. <https://doi.org/10.53067/ije3.v1i3.29>

Musa, M. K., & Hashim, M. Z. (2022). Halal Awareness among Muslim Undergraduates at a Malaysian University. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(12), 2664–2675. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i12/16059>

Nurhaliza, Syarofi, M., & Siddiquee, A. M. (2025). Relevansi Halal Lifestyle dan Halal Awareness dalam Menggunakan Kosmetik Halal. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 7(1), 364–386. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v7i1.1466>

Nurhasanah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen Saniatun Nurhasanah Muhammad Syamsun.*

Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>

- Pujiatuti, H., Afendi, A., Junusi, R. El, & Mahardianto, A. (2022). *Journal of Digital Marketing and Halal Industry Consumers and Halal Cosmetic Products: Halal Label, Life Style and Word of Mouth Communication*. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2022.4.1.10982>
- Puspita, A. T. (2024). Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Halal Food Purchasing Behavior: A Case in Indonesia. *Applied Marketing and Sustainability*, *1*(1). <https://doi.org/10.58968/ams.v1i1.403>
- Putri, C. N. S., Aini Adiba, F., Rahma Aulia, S., Supriyatna, A., Cahyanto Jurusan Biologi, T., Sains dan Teknologi, F., & Sunan Gunung Djati Bandung, U. (2023). Analisis Tingkat Pengetahuan dan Kesadaran Konsumsi Pangan Halal pada Mahasiswa Biologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Indonesia Journal of Halal*, *6*(2). <https://doi.org/10.14710/halal.v5i2.14921>
- Qanita, A., Kholison, R. F., & Afiq, M. K. (2022). effect of of trend and halal life awareness on halal fashion product selection preferences. *Journal of halal product and research*, *5*(1), 9–15. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.1.9-15>
- Rafiki, A., Hidayat, S. E., & Nasution, M. D. T. P. (2024). An extensive effect of religiosity on the purchasing

- decisions of halal products. *PSU Research Review*, 8(3), 898–919. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2022-0093>
- Rochon, J., Gondan, M., & Kieser, M. (2012). 1471-2288-12-81. 12(81), 1471–2288.
- Sari, D. I., Hermadi, I., & Hasanah, N. (2023). Behavior Analysis and Clustering of Consumers Towards *Halal Awareness*. *Journal of Consumer Sciences*, 8(3), 277–295. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.3.277-295>
- Setiawati, L. M., Chairy, C., & Syahrivar, J. (2019). Factors Affecting the Intention to Buy Halal Food by the Millennial Generation: The Mediating Role of Attitude. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 14(2), 175. <https://doi.org/10.19166/derema.v14i2.1738>
- Shah, F. M., & Bakri, M. Z. (2024). Halal Restaurants and Pork Free Concept Awareness Among Young Muslims in Kota Kinabalu, Sabah. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 6(21), 01–15. <https://doi.org/10.35631/aijbes.621001>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. Dalam *International journal of medical education* (Vol. 2, hlm. 53–55). <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>

Wibowo, H. S., Atmaja, R., Saleh, I., & Taufikkurrohman, D. (2025). Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan *Halal Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v13i1.1710>

