

## PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dedi Sutendi  
NIM : 222641101  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa naskah tesis yang berjudul **“PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA SERANG”** secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti secara meyakinkan bahwa sebagian maupun keseluruhan dari tesis ini merupakan hasil plagiat, saya bersedia menerima sanksi dan konsekuensinya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 29 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



**Dedi Sutendi**

NIM : 222641101

## PENGESAHAN

Tesis berjudul : PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA SERANG

Nama : Dedi Sutendi

NIM : 222641101

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tanggal Ujian : 09 Oktober 2024

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Serang, Oktober 2024

Direktur



**Prof. Dr. H. Ilzamudin, M.A.**

**NIP. 196108291990031002**

## PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

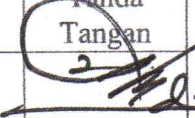
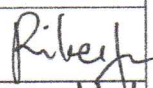

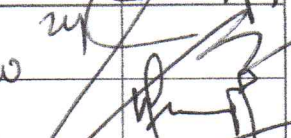

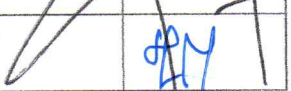
Judul : PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA SERANG

Nama : Dedi Sutendi

NIM : 222641101

Program Studi : Ekonomi Syariah

diuji dan dinyatakan lulus pada tanggal:

TIM PENGUJI				
No	Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
1	Ketua Penguji	Prof. Dr. Ilzamudin, M.A		
2	Sekretaris/Anggota	Dr. Purnama Rika Perdana, S.Pd., M.Hum		
3	Penguji I	Prof. Dr. Itang, M.Ag		
4	Penguji II	Dr. M. Sulaeman Jajuli, M.E.I	21 / w 24	
5	Pembimbing I	Dr. Wazin, M.Si		
6	Pembimbing II	Dr. Hadi Peristiwo, S.E., M.M	5 / w 24	

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Direktur Program Pascasarjana  
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten  
di Serang

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

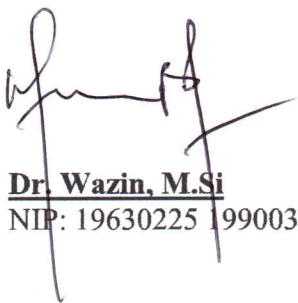
Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA SERANG** yang ditulis oleh:

Nama : Dedi Sutendi  
NIM : 222641101  
Program : Magister (S2)  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Kami telah bersepakat bahwa tesis magister tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk diajukan guna mengikuti UJIAN TESIS dalam rangka memperoleh gelar M.E (Magister Ekonomi).


*Wassalamu 'alaikum wr.wb*

Pembimbing I



**Dr. Wazin, M.Si**  
NIP: 19630225 199003 1 005

Serang, September 2024  
Pembimbing II



**Dr. Hadi Peristiwo, S.E., M.M**  
NIP: 19811103 201101 1 004

## DAFTAR TRANSLITERASI

Di dalam naskah Tesis ini banyak dijumpai nama dan istilah teknis (*technical term*) yang berasal dari bahasa Arab ditulis dengan huruf Latin. Pedoman transliterasi yang digunakan untuk penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

### Konsonan

No	Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
1.	ا		ط	ṭ
2.	ب	b	ظ	ẓ
3.	ت	t	ع	
4.	ث	th	غ	Gh
5.	ج	j	ف	F
6.	ح	ḥ	ق	Q
7.	خ	kh	ك	K
8.	د	d	ل	L
9.	ذ	dh	م	M
10.	ر	r	ن	N
11.	ز	z	و	W
12.	س	s	ه	H
13.	ش	sh	ء	
14.	ص	ṣ	ي	Y
15.	ض	ḍ		

Sumber: Kate L. Turabian. *A Manual of Writer of Term Paper, Dissertation*  
(Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987).

### Vokal

Vokal Tunggal (monoftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia
ـَ	<i>fathāh</i>	A
ـِ	<i>kasrah</i>	I
ـُ	<i>dammah</i>	U

Catatan: Khusus untuk *hamzah*, penggunaan apostrof hanya berlaku jika *hamzah* ber-*ḥarakat* sukun atau didahului oleh huruf yang ber-*ḥarakat* sukun.

Contoh: *iqtidâ* (اقتضاء)

### Vokal Rangkap (diftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia	Keterangan
يَـ	<i>fathah</i> dan <i>ya</i>	<i>ay</i>	a dan y
وَـ	<i>fathah</i> dan <i>wawu</i>	<i>aw</i>	a dan w

Contoh : *alayh* (عليه)

: *mawḍû* (موضوع)

### Vokal Panjang (*mad*)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia	Keterangan
اَـ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i>	<i>â</i>	a dan garis di atas
يِـ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	<i>î</i>	i dan garis di atas u dan
وِـ	<i>ḍammah</i> dan <i>wawu</i>	<i>û</i>	garis di atas

Contoh : *al-jamâah* (الجماعة)

: *ghalîzan* (غليظا)

: *yadûru* (يدور)

### Tâ Marbûṭah

Transliterasi untuk tâ marbûṭah ada dua:

Jika hidup, (menjadi *muḍâf*) transliterasinya adalah *t*. Jika mati, atau sukun, transliterasinya adalah *h*.

Contoh : *sharîat al-islâm* (شريعة الاسلام)

: *al-baqarah* (البقرة)

## **Penulisan Huruf Kapital**

Penulisan huruf besar dan kecil pada kata, *phrase* (ungkapan) atau kalimat yang ditulis dengan transliterasi Arab-Indonesia mengikuti ketentuan penulisan yang berlaku dalam tulisan. Huruf awal (*initial letter*) untuk nama diri, tempat, judul buku, lembaga dan yang lain ditulis dengan huruf besar.

# **Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal dengan Harga Sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kota Serang**

## **ABSTRAK**

Industri halal di seluruh dunia telah berkembang pesat, mencakup berbagai bisnis seperti makanan, kosmetik, obat-obatan, dan layanan keuangan. Populasi Muslim global yang terus berkembang secara bertahap mengakui pentingnya barang halal. Pada tahun 2022, proyeksi menunjukkan bahwa konsumsi global barang halal akan mencapai \$2,29 triliun, menunjukkan permintaan yang kuat untuk barang-barang ini di semua sektor. Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar, memiliki potensi signifikan untuk muncul sebagai kekuatan global dalam bisnis halal. Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen yang kuat untuk mendukung sektor halal lokal dalam mengakses pasar internasional dengan menerapkan langkah-langkah signifikan, termasuk program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) dan pengenalan Undang-Undang Jaminan Produk Halal. (UU JPH).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan pembelian di kalangan pelanggan Muslim di kota Serang, khususnya terkait dengan sertifikasi halal, kesadaran halal, dan harga.

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Peneliti menyebarkan kuesioner dan melaksanakan survei untuk mengumpulkan data. Semua peserta dalam penelitian ini adalah warga Generasi Z dari Kota Serang. Kami melakukan pengambilan sampel secara acak menggunakan metode pengambilan sampel acak terstratifikasi proporsional. Sampel terdiri dari 200 individu. Untuk analisis data, kami menggunakan analisis *partial least squares* (PLS) dengan perangkat lunak smartPLS versi 3.2.9.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga, pengetahuan halal, dan sertifikasi halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara sebagian terhadap pilihan pembelian pelanggan. Konsumen memprioritaskan harga dan sertifikasi halal saat membeli produk, selain itu pengetahuan halal yang meningkat membuat mereka lebih teliti dalam keputusan pembelian mereka. Sertifikasi halal dan kesadaran halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penetapan harga. Konsumen yang memiliki kesadaran halal yang kuat tidak akan mempermasalahkan harga produk yang memiliki sertifikasi halal. Harga, sertifikasi halal, dan pengetahuan halal semuanya memiliki dampak tidak langsung terhadap keputusan pembelian. Ketika suatu produk memiliki sertifikasi halal, konsumen yang memiliki pengetahuan tentang halal tidak akan memperdebatkan harga.

**Kata Kunci:** Sertifikasi halal, Kesadaran halal, Keputusan pembelian, Harga



# **The Influence of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Decisions of Halal Food Products with Price as an Intervening Variable on Generation Z in Serang City**

## **ABSTRACT**

*The worldwide halal industry has expanded swiftly, including several businesses such as food, cosmetics, medicines, and financial services. The growing global Muslim population gradually acknowledges the significance of halal goods. By 2022, projections indicate that global consumption of halal goods will reach \$2.29 trillion, indicating robust demand for these items across all sectors. Indonesia, with the biggest Muslim population, has significant potential to emerge as a worldwide powerhouse for the halal business. The Indonesian government has shown a strong commitment to support the local halal sector in accessing foreign markets by implementing significant measures, including the Free Halal Certification (SEHATI) program and the introduction of the Halal Product Guarantee Law (UU JPH).*

*This research aimed to ascertain the factors influencing purchase choices among Muslim customers in Serang city, specifically concerning halal certification, halal awareness, and pricing.*

*This research used a quantitative technique. The researcher disseminated questionnaires and executed a survey to gather data. All participants in this study were Generation Z residents of Serang City. We conducted the sampling at random using the proportional stratified random sampling method. The sample consisted of 200 individuals. For data analysis, we used partial least squares (PLS) analysis with smartPLS software version 3.2.9.*

*The study's findings indicate that pricing, halal knowledge, and halal certification have a partly positive and considerable influence on customer purchase choices. Consumers prioritize pricing and halal certification when purchasing a product; moreover, heightened halal knowledge renders them discerning in their buying decisions. Halal certification and halal awareness have a favorable and considerable influence on pricing. Consumers with strong halal awareness will not be concerned about the price of products with halal certification. Price, halal certification, and halal knowledge all have an indirect impact on purchasing decisions. When a product has halal certification, consumers with halal knowledge will not contest the price.*

**Keywords:** *Halal Certification, Halal Awareness, Purchasing Decision, Price*

## تأثير شهادة الحلال والوعي الحلال على قرارات شراء المنتجات الغذائية الحلال مع السعر كمتغير متداخل في الجيل في مدينة سيرانغ Z

### خلاصة

تمت صناعة الحلال في جميع أنحاء العالم بسرعة، ولتغطي العديد من الأعمال مثل المواد الغذائية ومستحضرات التجميل والأدوية والخدمات المالية. يترك العدد المتزايد من السكان المسلمين في العالم تدرجياً أهمية السلع الحلال. وبحلول عام 2022، تشير التوقعات إلى أن الإستهلاك العالمي للسلع الحلال سيصل إلى 2.29 تريليون دولاراً، مما يشير إلى الطلب القوي على هذه السلع في جميع القطاعات. تتمتع إندونيسيا، التي تضم أكبر عدد من السكان المسلمين، بإمكانات كبيرة للظهور كقوة عالمية في تجارة الحلال. أظهرت الحكومة الإندونيسية التزاماً قوياً بدعم قطاع الحلال المحلي في الوصول إلى الأسواق الدولية من خلال تنفيذ تدابير مهمة، بما في ذلك برنامج شهادة الحلال المجانية

وإدخال قانون ضمان المنتجات الحلال.

يهدف هذا البحث إلى تحديد العوامل التي تؤثر على خيارات الشراء لدى العملاء المسلمين في مدينة سيرانغ، وخاصة تلك المتعلقة بشهادة الحلال، والوعي الحلال، والسعر.

يستخدم هذا البحث التقنيات الكمية. قام الباحثون بتوزيع استبيانات وإجراء مسوحات لجمع البيانات. جميع المشاركين في هذا البحث هم من سكان الجيل من مدينة سيرانج.

أجرينا أخذ العينات العشوائية باستخدام طريقة أخذ العينات العشوائية التناسبية. وتكونت العينة من 200 فرد. لتحليل البيانات، استخدمنا تحليل المربعات الصغرى الجزئية.

مع إصدار برنامج SmartPLS 3.2.9

تظهر نتائج الأبحاث أن السعر ومعرفة الحلال وشهادة الحلال لها تأثير إيجابي وهام جزئياً على خيارات الشراء لدى العملاء. يُعطي المستهلكون الأولوية للسعر وشهادة الحلال عند شراء المنتجات، كما أن زيادة المعرفة بالحلال تجعلهم أكثر حذراً في قرارات الشراء الخاصة بهم. إن شهادات الحلال والوعي الحلال لهما تأثير إيجابي وهام على الأسعار. إن المستهلكين الذين لديهم وعي قوي بالحلال لن يُمانعوا في أسعار المنتجات الحاصلة على شهادة الحلال. إن السعر وشهادة الحلال ومعرفة الحلال كلها لها تأثير غير مباشر على قرارات الشراء. عندما يحصل المنتج على شهادة حلال، فإن المستهلكين الذين لديهم معرفة بالحلال لن يُناقشوا السعر.

الكلمات المفتاحية: شهادة الحلال، الوعي الحلال، قرارات الشراء، السعر

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia serta rahmat-Nya kepada kita. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, kepada para sahabatnya, serta kepada kita selaku umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Alhamdulillah atas karunia Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal dengan Harga sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kota Serang”.

Dengan ini penulis mengungkapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan Tesis ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Wawan Wahyuddin, Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang sudah memberikan kesempatan bagi saya untuk belajar dan mendapatkan ilmu pengetahuan di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Prof. Dr. Ilzamuddin Makmur, M.A, sebagai Direktur dan Dr. H. Naf'an Tarihoran, M.A, sebagai Wakil Direktur Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan izin dan dukungan untuk bisa menyelesaikan Tesis ini.
3. Bapak Dr. Efi Syarifudin, S. Ag., M.M. sebagai Ketua Prodi Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang sudah memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak Dr. Wazin Baihaqi, M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Hadi Peristiwo, S.E., M.M selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran dalam penyusunan tesis.
5. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Magister Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang dengan sabar memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh Staff dan Pegawai di Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah banyak memberi bantuannya kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Ekonomi Syariah Reguler 1 angkatan 2022 yang sudah berjuang bersama menjalankan perkuliahan sampai tahap ini.

8. Kepada keluarga tercinta, Bapak Haeruman, Ibu Aminah, serta Kedua Adikku Atang Hendris dan Rendy Nur Palah yang selalu mendoakan dan mendukung. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 22 September 2024

Penulis

Dedi Sutendi

NIM 222641101

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.

(Qs. Al-Baqarah: 172)

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME.....	i
PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
خلاصة.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
MOTTO .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	16
C. Batasan Masalah.....	17
D. Perumusan Masalah.....	18
E. Tujuan Penelitian.....	19
F. Manfaat Penelitian.....	21
G. Penelitian terdahulu yang Relevan .....	22
H. Kerangka Pemikiran .....	36
I. Hipotesis .....	36
1. Sertifikasi Halal terhadap Harga.....	37
2. Kesadaran Halal terhadap Harga .....	37
3. Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	37
4. Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	37
5. Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	38
6. Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga.....	38

7. Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga .....	38
J. Metode Penelitian .....	39
K. Sistematika Pembahasan.....	39
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>41</b>
A. Teori Relevan .....	41
1. Sertifikasi Halal .....	41
2. Kesadaran Halal.....	49
3. Harga.....	65
4. Keputusan Pembelian .....	69
B. Hubungan Antar Variabel.....	76
1. Hubungan Sertifikasi halal terhadap Keputusan Pembelian.....	76
2. Hubungan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	77
3. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	77
C. Hipotesa .....	78
1. Sertifikasi Halal terhadap Harga.....	78
2. Kesadaran Halal terhadap Harga .....	79
3. Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4. Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	79
5. Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	79
6. Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga.....	80
7. Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga .....	80
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>81</b>
A. Waktu dan Tempat.....	81
B. Populasi dan Sampel.....	81
1. Populasi.....	81
2. Sampel .....	84
C. Jenis Metode Penelitian .....	86
D. Teknik Pengumpulan data .....	87
1. Studi pustaka.....	87
2. Studi lapangan.....	87

3. Instrumen Penelitian .....	88
E. Teknik Analisis data .....	88
1. Uji <i>Outer Model</i> .....	88
2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	92
3. Uji Hipotesis .....	94
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	95
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	95
1. Perkembangan Manusia Berdasarkan Karakteristik Sosial, Budaya, Dan Teknologi (Generasi).....	95
2. Sejarah Kota Serang.....	100
3. Responden Penelitian.....	102
B. Hasil Analisis Data .....	104
1. Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	104
2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	107
3. Hasil Uji Hipotesis.....	112
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
1. Sertifikasi Halal terhadap Harga.....	115
2. Kesadaran Halal terhadap Harga .....	115
3. Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	116
4. Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	117
5. Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	119
6. Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga .....	120
7. Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga .....	121
BAB V PENUTUP .....	123
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran .....	124
DAFTAR PUSTAKA .....	127



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasional Variabel Sertifikasi Halal .....	48
Tabel 2.2 Operasional Variabel Kesadaran Halal .....	64
Tabel 2.3 Operasional Variabel Harga.....	68
Tabel 2.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.1 Average Variance Extracted (AVE) .....	105
Tabel 4.2 Fornell Larcker Criterion .....	105
Tabel 4.3 Composite Reliability .....	106
Tabel 4.4 Cronbach alpha .....	106
Tabel 4.5 R <sup>2</sup> (R Square) .....	107
Tabel 4.6 Effect Size (f <sup>2</sup> ).....	108
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	110
Tabel 4.8 Hasil Uji Direct Effect .....	112
Tabel 4.9 Hasil Uji Indirect Effect.....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Network Visualization VOSviewer .....	13
Gambar 1.2	Overlay Visualization VOSviewer .....	14
Gambar 1.3	Density Visualization VOSviewer .....	15
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan .....	71
Gambar 3.1	Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa) Tahun 2023 .....	83
Gambar 4.1	Analisis Model Penelitian .....	104
Gambar 4.2	Hasil Uji Path Coefisien .....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Penelitian .....	142
Lampiran 2: Tabulasi Data .....	148
Lampiran 3: Pengujian Persyaratan Analisis .....	166
Lampiran 4: Biodata.....	169