

LAMPIRAN-LAMPIRAN

- Lampiran 1. Instrumen Penelitian
- Lampiran 2. Pengolahan SPSS
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Hasil Pengolahan Kategorisasi
- Lampiran 6. Pengolahan SmartPLS
- Lampiran 7. Uji Plagiarisme
- Lampiran 8. Catatan Bimbingan
- Lampiran 9. Surat Keputusan Penguji
- Lampiran 10. Lembar ACC Penguji
- Lampiran 11. Curriculum Vitae

**Lampiran 1.
Instrumen Penelitian**

**KEPUTUSAN KONSUMEN NON MUSLIM MEMBELI PRODUK
KOPITIAM HALAL DI INDONESIA: ANALISIS PENGARUH
KESADARAN HALAL, TINGKAT HARGA, DAN TINGKAT PROMOSI
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI MEDIATOR**



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah menjadi responden untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan instrumen penelitian dalam rangka penulisan skripsi program S1 yang dilakukan oleh:

Nama : Abbellya Zhalsa Mouriene Pratomo
NIM : 1900984
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam
Fakultas : Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Pendidikan Indonesia

Dengan demikian, saya harap Bapak/Ibu/Saudara/i dapat membantu mengisi kuesioner ini dengan jujur, benar, dan lengkap. Sehingga jawaban yang diperoleh dapat membantu tercapainya hasil yang diinginkan. Kerahasiaan data Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat saya jaga karena informasi diberikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akademik.

Demikian disampaikan, untuk perhatian dan waktu Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Waarahmatullah Wabarakatuh.

Hormat saya,

Abbellya Zhalsa Mouriene Pratomo.

133

Kriteria Responden

1. Non muslim
2. Berdomisili di Indonesia
3. Pernah membeli produk makanan dan minuman Killiney Kopitiam Indonesia

A. Pertanyaan Penyaring

1. Keyakinan/agama yang dianut Bapak/Ibu/Saudara/i:...
 - Kristen
 - Budha
 - Katolik
 - Konghucu
 - Hindu
 - Lainnya
2. Berapa kali Bapak/Ibu/Saudara/i pernah membeli produk Killiney Kopitiam Indonesia?
 - 1-3 kali
 - 4-6 kali
 - > 6 kali
3. Cabang Killiney Kopitiam Indonesia yang pernah dikunjungi Bapak/Ibu/Saudara/I (boleh lebih dari satu):...
 - Outlet* Berastagi (Kabupaten Karo, Sumatera Utara)
 - Outlet* DI. Panjaitan (Kota Medan, Sumatera Utara)
 - Outlet* Pamitran UNPAD (Kota Bandung, Jawa Barat)
 - Outlet* Ringroad (Kota Medan, Sumatera Utara)
 - Outlet* RS. USU (Kota Medan, Sumatera Utara)
 - Outlet* Sekip (Kota Medan, Sumatera Utara)
 - Outlet* Setia Budi (Tasbih I) (Kota Medan, Sumatera Utara)
 - Outlet* Teuku Umar (Kota Medan, Sumatera Utara)
 - Outlet* Thamrin Residence (Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta)
 - Outlet* TSM Makassar (Kota Makassar, Sulawesi Selatan)
 - Outlet* Cabang lain yang tidak terdaftar:...

B. Identitas Responden

4. Nama (boleh inisial):...
5. Nomor HP/Email (opsional):...
6. Asal Daerah:
 - Pulau Jawa
 - Pulau Sumatera
 - Pulau Sulawesi
 - Pulau Papua
 - Pulau Kalimantan
 - Lainnya
7. Jenis Kelamin
 - Laki-Laki
 - Perempuan
8. Usia
 - Kelahiran 1997-2012 (Usia 11 – 26)
 - Kelahiran 1981-1996 (Usia 27 – 42)
 - Kelahiran 1965-1980 (Usia 43 – 58)
9. Pendapatan bulanan
 - 0 – Rp. 2.500.000
 - Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000
 - Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000
 - Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000
 - > Rp. 15.000.000

C. Pertanyaan Penelitian

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Sebelum mengisi kuesioner, mohon Bapak/Ibu/Saudara/i membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Beri tanda (× atau √) pada salah satu kolom yang terdiri dari sisi paling kiri merupakan 1 (negatif) dan paling kanan merupakan 7 (positif).
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satu pun yang terlewatkan.
5. Tidak ada jawaban benar atau salah, sehingga pengisian jawaban ini didasari oleh kesesuaian dan kejujuran diri Bapak/Ibu/Saudara/i.

Kesadaran Halal (KH)

Kesadaran halal (KH) merupakan suatu pengetahuan seorang individu tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi dirinya (Setyaningsih & Marwansyah, 2019).

Memperhatikan Logo Halal Sebelum Mengonsumsi

(KH1) Tingkat keterpengaruhan saya pada label halal memengaruhi keputusan saya untuk mengonsumsi suatu produk

Tidak Berpengaruh	1	2	3	4	5	6	7	Berpengaruh
-------------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------

(KH2) Tingkat prioritas saya untuk mengonsumsi produk makanan dan minuman yang sudah jelas menampilkan label halalnya

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Konsumen Selalu Memastikan Produk yang Dikonsumsi Berstatus Halal

(KH3) Tingkat kenyamanan saya membeli produk makanan dan minuman yang bahan baku atau komposisinya tertera dengan jelas di menu

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(KH4) Pentingnya mempertanyakan bahan baku yang digunakan dalam olahan makanan dan minuma kepada staf (*waiter/waitress/chef*) sebelum melakukan pembelian

Tidak Penting	1	2	3	4	5	6	7	Penting
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---------

Memiliki Pengetahuan yang Cukup

(KH5) Tingkat pemahaman saya mengenai makanan dan minuman yang boleh dan tidak boleh saya konsumsi berdasarkan kepercayaan/agama yang saya anut

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(KH6) Tingkat pemahaman saya mengenai kriteria makanan dan minuman yang halal

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Kebersihan dan Keamanan Produk

(KH7) Tingkat kepercayaan saya bahwa makanan dan minuman yang disajikan Killiney Kopitiam terjamin keamanannya

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(KH8) Tingkat kepercayaan saya bahwa makanan dan minuman yang disajikan Killiney Kopitiam terjamin kebersihannya

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Tingkat Harga (TH)

Tingkat harga (TH) adalah jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau layanan (Monoarfa, Juliana, Setiawan, & Karim, 2023).

Keterjangkauan Harga

(TH1) Tingkat harga makanan dan minuman yang dijual di Killiney Kopitiam

Mahal	1	2	3	4	5	6	7	Murah
-------	---	---	---	---	---	---	---	-------

(TH2) Keterjangkauan harga makanan dan minuman yang dijual di Killiney Kopitiam

Tidak Terjangkau	1	2	3	4	5	6	7	Terjangkau
------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------

Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

(TH3) Tingkat kualitas makanan dan minuman yang disajikan Killiney Kopitiam sepadan dengan harga yang saya bayarkan

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(TH4) Tingkat harapan saya akan kualitas yang lebih baik terhadap harga makanan dan minuman yang lebih tinggi

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk

(TH5) Tingkat harapan saya terhadap manfaat yang saya dapatkan ketika membeli makanan dan minuman Killiney Kopitiam

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(TH6) Tingkat manfaat makanan dan minuman yang disajikan Killiney Kopitiam sepadan dengan harga yang saya bayarkan

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Daya Saing Produk Dibandingkan Produk Sejenis di Tempat Lain

(TH7) Tingkat harga makanan dan minuman yang dijual di Killiney Kopitiam dibandingkan produk kopitiam sejenis lainnya

Lebih Mahal	1	2	3	4	5	6	7	Lebih Murah
-------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------

(TH8) Produk makanan dan minuman yang dijual di Killiney Kopitiam menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan kopitiam lainnya

Tidak Kompetitif	1	2	3	4	5	6	7	Kompetitif
------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------

Tingkat Promosi (TP)

Tingkat promosi (TP) adalah upaya untuk mengiklankan atau menawarkan produk atau layanan dengan tujuan membujuk calon pelanggan untuk membeli atau mengkonsumsi (Zebua, 2018).

Frekuensi Promosi

(TP1) Intensitas promosi Killiney Kopitiam pada hari-hari spesial seperti hari besar, penting, dan atau bersejarah

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(TP2) Intensitas promosi Killiney Kopitiam melalui laman Instagram

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(TP3) Intensitas promosi Killiney Kopitiam melalui layanan pesan antar (Go Food/Grab Food/Shopee Food)

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Promosi Penjualan

(TP4) Pengaruh promosi *bundling* atau penawaran paket memengaruhi keputusan saya untuk mencoba sebuah produk

Tidak Berpengaruh	1	2	3	4	5	6	7	Berpengaruh
-------------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------

(TP5) Tingkat ketertarikan saya terhadap promosi potongan harga dengan pembayaran menggunakan sistem pembayaran tertentu seperti tunai, bank, uang elektronik (QRIS, OVO, Go-Pay, dll.)

Tidak Menarik	1	2	3	4	5	6	7	Menarik
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---------

Kreativitas Promosi

(TP6) Keberagaman dan inovasi promosi yang dilakukan Killiney Kopitiam

Tidak Beragam	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Beragam
---------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------

(TP7) Tingkat ketertarikan saya terhadap tampilan visual dalam promosi yang dilakukan Killiney Kopitiam

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(TP8) Tingkat ketertarikan saya terhadap nuansa atau suasana toko yang ditawarkan Killiney Kopitiam dalam promosinya

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Kualitas Pesan

(TP9) Kemampuan saya memahami pesan yang disampaikan dalam promosi yang dilakukan Killiney Kopitiam

Sulit Memahami	1	2	3	4	5	6	7	Mudah Memahami
----------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------

(TP10) Tingkat efektifitas pesan dalam promosi yang dilakukan Killiney Kopitiam untuk memotivasi saya membeli produk mereka

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Citra Merek (CM)

Citra Merek (CM) adalah sifat ekstrinsik dari produk atau jasa termasuk cara di mana merek mencoba untuk memenuhi kebutuhan psikologi atau sosial pelanggan (Kotler & Keller, 2018).

Keuntungan Asosiasi Merek

(CM1) Tingkat kecenderungan saya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman dari merek yang sudah terkenal

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(CM2) Reputasi merek Killiney Kopitiam

Buruk	1	2	3	4	5	6	7	Baik
-------	---	---	---	---	---	---	---	------

Citra Produk

(CM3) Tingkat kecocokan produk yang ditawarkan Killiney Kopitiam dengan nilai-nilai dan selera saya sebagai konsumen

Tidak Cocok	1	2	3	4	5	6	7	Cocok
-------------	---	---	---	---	---	---	---	-------

(CM4) Tingkat kebanggaan saya mengonsumsi makanan dan minuman dari Killiney Kopitiam karena dapat mencerminkan kepribadian dan gaya hidup saya

Tidak Bangga	1	2	3	4	5	6	7	Bangga
--------------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Citra Positif

(CM5) Kesan merek Killiney Kopitiam secara umum bagi konsumen

Negatif	1	2	3	4	5	6	7	Positif
---------	---	---	---	---	---	---	---	---------

(CM6) Persepsi saya ketika memikirkan merek Killiney Kopitiam

Buruk	1	2	3	4	5	6	7	Baik
-------	---	---	---	---	---	---	---	------

Ciri Khas Yang Berbeda

(CM7) Tingkat harapan saya bahwa produk Killiney Kopitiam menawarkan sesuatu yang berbeda dan istimewa

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(CM8) Tingkat kemampuan saya mengidentifikasi ciri khas produk Killiney Kopitiam

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Keputusan Pembelian (KP)

Keputusan pembelian (KP) mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individu, maupun rumah tangga, yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler & Keller, 2018).

Kebiasaan Dalam Membeli Produk

(KP1) Tingkat kecenderungan saya untuk membeli produk makanan dan minuman yang sudah saya kenal dan percayai

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(KP2) Tingkat kebiasaan saya untuk membeli produk makanan dan minuman yang memiliki fitur atau karakteristik yang saya sukai

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain

(KP3) Tingkat kepercayaan saya terhadap suatu produk mendorong saya untuk merekomendasikannya kepada orang lain

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(KP4) Keinginan saya untuk mengajak orang lain mengunjungi Killiney Kopitiam

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Product Choice

(KP5) Variasi produk makanan dan minuman yang ditawarkan Killiney Kopitiam

Tidak Beragam	1	2	3	4	5	6	7	Beragam
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---------

(KP6) Tingkat kecenderungan saya untuk membeli beberapa jenis produk makanan dan minuman dalam satu transaksi

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Kebutuhan Akan Produk

(KP7) Tingkat kebutuhan saya akan produk kopitiam

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

(KP8) Tingkat kebutuhan saya mengonsumsi produk kopitiam yang halal dan menyehatkan

Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Tinggi
--------	---	---	---	---	---	---	---	--------

Lampiran 2. Uji Plagiarisme

Abbellya Cek 1

ORIGINALITY REPORT

28% SIMILARITY INDEX	26% INTERNET SOURCES	11% PUBLICATIONS	8% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.upi.edu Internet Source	11%
2	eprints.uny.ac.id Internet Source	3%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
7	jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1%
8	www.scribd.com Internet Source	<1%
9	Submitted to Purdue University Student Paper	<1%

Lampiran 3. Catatan Bimbingan



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA FAKULTAS
PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN
ISLAM**

Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619,2002091,2002189 Fax. (022)2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu


KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Abbellya Zhalsa Mouriene Pratomo
NIM : 1900984
Dosen Pembimbing : Rida Rosida, BS., M.Sc
Judul Proposal : Keputusan Konsumen Non Muslim Membeli Produk Kopitiam Halal di Indonesia: Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Tingkat Harga, dan Tingkat Promosi Dengan Citra Merek Sebagai Mediasi


Tanggal Bimbingan	Komentar Pembimbing	Tanda Tangan	Keterangan
27 Juni 2023	Konsultasi variabel revisi setelah seminar proposal	<i>Rf</i>	
7 Juli 2023	Konsultasi perubahan variabel Y dan X1	<i>Rf</i>	
13 September 2023	Review instrumen, penambahan item pertanyaan dan perbaikan redaksi pertanyaan	<i>Rf</i>	
14 September 2023	Finalisasi instrumen	<i>Rf</i>	
23 November 2023	Review dan revisi BAB 4 dan 5, penambahan jurnal pendukung dan jurnal luar negeri	<i>Rf</i>	
27 November 2023	Finalisasi BAB 4 dan 5, penambahan jurnal	<i>Rf</i>	
28 November 2023	ACC draft	<i>Rf</i>	

Lembaran ini dilampirkan pada saat mendaftar sidang skripsi.

Dosen Penelaah/Penguji,


Rida Rosida, BS., M.Sc
198407302014042001

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam


Dr. Aas Nurasyiah, M.Sc.
198406072014042001

FPEB-CM-14-16 REV. 00



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA FAKULTAS
PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN
ISLAM

Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619, 2002091, 2002189 Fax. (022) 2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Abbellya Zhalsa Mouriene Pratomo
NIM : 1900984
Dosen Pembimbing : Dr. Juliana, M.E.Sy.
Judul Proposal : Keputusan Konsumen Non Muslim Membeli Produk Kopitiam Halal di Indonesia: Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Tingkat Harga, dan Tingkat Promosi Dengan Citra Merek Sebagai Mediasi

Tanggal Bimbingan	Komentar Pembimbing	Tanda Tangan	Keterangan
15 Agustus 2023	Review dan revisi BAB 1-3, perbaikan latar belakang dan identifikasi masalah		
21 Agustus 2023	Acc BAB 1-3, review dan revisi instrumen secara general		
4 September 2023	Review dan revisi instrumen, perbaikan item pertanyaan dan sumber indikator		
7 September 2023	Review dan revisi instrumen, perbaikan item pertanyaan		
15 November 2023	Review hasil pengolahan data		
22 November 2023	Review dan revisi BAB 4 dan 5, penambahan hasil hipotesa, kesimpulan, dan implikasi		
27 November 2023	Finalisasi BAB 4 dan 5, revisi jurnal online		
28 November 2023	ACC Draf		

Lembaran ini dilampirkan pada saat mendaftar sidang skripsi.

Dosen Pembimbing/Penguji,

Dr. Juliana, M.E.Sy.
920171219870710101

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Sc.
198406072014042001

FPEB-CM-14-16 REV. 00

Lampiran 4. Surat Keputusan Penguji



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS PENDIDIKAN
INDONESIA FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
Jl. Dr. Setiabudhi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619,2002091,2002189 Fax. (022)2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

Nomor : 455/UN40.F7.9/TU/2023

4 Desember 2023

Lampiran : 2 lembar

Hal : **Undangan Ujian Sidang Skripsi Gelombang ke-79**

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

Pembimbing, Penguji dan Panitia Ujian Sidang Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

(Daftar undangan terlampir)
di Tempat

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Sehubungan dengan akan dilaksanakannya **Sidang Ujian Skripsi Gelombang ke-79 Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam FPEB UPI**, bersama ini kami mohon Bapak/Ibu berkenan hadir pada kegiatan tersebut yang akan dilaksanakan pada:

Hari,Tanggal : **(Jadwal terlampir)**

Waktu : **(Jadwal terlampir)**

Tempat : Gedung FPEB

Dengan catatan:

1. Mohon mengisi nilai ujian sidang pada laman *google form* atau lembaran penilaian yang akan disiapkan panitia ujian;
2. Mohon menguji bersama pada sesi jadwal dan tempat terlampir;
3. Mohon maaf apabila terlambat lebih dari 25 menit akan digantikan oleh penguji lain.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kebaikan Bapak/Ibu kami ucapkan *Jazakumullah khairan katsiro.*

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Ketua,

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 19840607 201404 2 001

FPEB-CM-14-16 REV. 00





JADWAL PELAKSANAAN SIDANG
PRODI IEKI BULAN DESEMBER 2023

NO	NAMA / NIM	JUDUL	PEMBIMBING SKRIPSI	PENGUJI SKRIPSI	MODERATOR	JADWAL PELAKSANAAN
1	Abbelly Zhalsa Mouriene Pratomo/1900984	Keputusan Konsumen Non Muslim Membeli Produk Koptiam Halal di Indonesia: Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Tingkat Harga, dan Tingkat Promosi Dengan Citra Merek Sebagai Mediasi	1. Dr. Juliana, S.Pd., M.E., Sy 2. Rida Rosida, BS., M.Sc	1. Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. 2. Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy 3. Rumaisah Azizah A, S.E., M.Sc.	Mumuh Muhammad, S.E., M.A.	Rabu, 6 Desember 2023, Pukul 08.00- 10.00 WIB.
2	Nadzilla Syiva Asyharri/1909774	Pengaruh Fasilitas, Tingkat Promosi, <i>Electronic Word of Mouth</i> , dan Religiositas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Muslim Pada Wisata Halal Di Yogyakarta Melalui Keputusan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	1. Dr. Juliana, S.Pd., M.E., Sy 2. Rida Rosida, BS., M.Sc	1. Dr. H. Mokh. Adib Sultan, M.T. 2. Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. 3. Rumaisah Azizah A, S.E., M.Sc.	Syaiful Muhamad Iryad., M.Sc.	Rabu, 6 Desember 2023, Pukul 10.00- 12.00 WIB.
3	Choirul Umam/1906041	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Risiko, dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Pada Financial Technology <i>Peer-to-Peer Lending Syariah</i>	1. Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. 2. Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy.	1. Dr. Juliana, M.E.Sy 2. Dra. Heraeni Tanatmodjo, M.M. 3. Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy	Dea Aryandhama Mulyana Haris, S.A.B., M.E.	Rabu, 6 Desember 2023, Pukul 10.00- 12.00 WIB.



KATEGORI UNTUK PENILAIAN UJIAN SIDANG SKRIPSI

HURU F	DERAJAT MUTU	TINGKAT KEMAMPUAN
A	Istimewa	92-100
A-	Hampir Istimewa	86-91
B+	Baik Sekali	81-85
B	Baik	76-80
B-	Cukup Baik	71-75
C+	Lebih dari Cukup	66-70
C	Cukup	60-65
D	Kurang	55-59
E	Gagal	Lebih kecil dari 55

Lampiran 10.
Lembar ACC Penguji



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619,2002091,2002189 Fax. (022)2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 6 Desember 2023

Nama Mahasiswa : Abbellya Zhalsa Mouriene Pratomo

NIM : 1900984

Judul Skripsi : Keputusan Konsumen Non Muslim Membeli Produk Kopitiam Halal di Indonesia:
Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Tingkat Harga, dan Tingkat Promosi Dengan Citra
Merek Sebagai Mediator

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si	
2.	Firmansyah S.Pd., M.E.Sy.	
3.	Rumaisah Azizah Al Adawiyah, SE., M.Sc.	

Bandung, 18 Desember 2023

Dosen Pembimbing 1

Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy.
NIP. 920171219870710101

Dosen Pembimbing 2

Rida Rosida, BS., M.Sc
NIP. 198407302014042001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si
NIP. 198406072014042001

Lampiran 11. Curriculum Vitae



Abbellya Zhalsa Mouriene P

Undergraduate Student at
Universitas Pendidikan Indonesia

+62 895 3899 51628
abbellyazhalsa@upi.edu
be.net/abbellyazhalsa
Bandung, Indonesia

SUMMARY

A curious, hard-working, and dedicated student with various experiences through many work, projects, and voluntary events. I am always eager to learn about business in the creative economy industries thus I began to enjoy my work in the creative field such as designing, writing, and learning about people's behavior. I am also skillful in communication and time management as I've been taking college while working for 3 years. I am passionately looking for new opportunities to escalate myself and the workplace.

EXPERIENCE

- Student** 08/2022 - 12/2022
Corporate Innovation Asia (CIAS) x WIR Group x Kemendikbud - Metaverse 3D World Creation & Commercialization
- Making a prototype of a psychological educational game on Roblox
 - Successfully sold 8 digital clothes on the Roblox marketplace
 - Creating 3-dimensional assets and coding using LUA
 - Organize team collaboration as chairman and manager who regulates the game creation timeline
- Content Marketing** 06/2022 - 07/2022
Dekat Tea
- Managed to create 350+ digital assets in the form of product photos and videos within 1 month
 - Take part in documenting Dekat Tea offline classes and make the documentation uploads for Instagram
 - Enter an updated list of 50+ products sold on Tokopedia
 - Contributed to making company profile videos
- Staff of Symphony Parlement Commision 3** 02/2022 - 12/2022
DPM HIMA IEKI
- Supervise, evaluate, and appraise BEM HIMA IEKI 2022 social and political department (SOSPOL) and communication and information department (KOMINFO)
 - Actively record the performance of 10+ work programs from 2 closely supervised departments using Notion
- Publication, Design, and Documentation Division** 03/2021 - 11/2021
The 5th Islamic Economics Student Summit
- Successfully designing the creative proposal for sponsorships and media partners
 - Contributed to designing the content for the Islamic Economics Student Summit Instagram as the face of the national event
- Staff of Communicaton and Information Department** 01/2021 - 12/2021
BEM HIMA IEKI
- Responsible for a BEM HIMA IEKI 2021 brand new program named E-Wall, managed to lead the team creatively in a disciplined manner creating weekly content for BEM HIMA IEKI Instagram Story
 - Entrusted to join as part of the publication, design, and documentation division in BEM HIMA IEKI program named Pengabdian Pada Masyarakat and MOSAIK (Momen Silaturahmi Mahasiswa IEKI), managed to create 50+ various designs (donation pamphlets, banners, placards, Instagram contents, and certificates) which are updated regularly

1 / 3

- Awarded as the BEM HIMA IEKI 2021 best department

Part Time Barista

11/2020 - 12/2021

5758 Coffee Lab - PT. Minum Kopi Bersama

- Remember more than 15 menus and create 80 - 120 menus per shift according to customer customization
- Be at the forefront of recording consumer orders, including information about the classes offered by 5758 Coffee Lab
- Responsible for managing daily operating cash flow with a turnover of Rp. 1,500,000 - Rp. 3,000.000
- Responsible for daily checking and restocking the shop essential items and supplies

Volunteer

11/2017 - 11/2019

Bandung Brewers Cups & Monel Coffee Story

- Responsible as an officer in the judging area, managed to direct and provide 12 Indonesia national and international coffee experts with great hospitality
- Successfully managing 30 tenants including brands, sponsors, and media partners as an officer in the commercial area
- Entrusted to be an officer in the competition area, managed to direct 60+ people and provide the competitors needs in 2 kinds of coffee competitions
- Able to work harmoniously in team with 50+ people as the youngest member

EDUCATION

Islamic Economics and Finance

2023

Universitas Pendidikan Indonesia (3.69/4.00) - Bachelor Degree

- Jabar Future Leaders Scholarship Awardee (2020)

Social Sciences

2019

Sekolah Menengah Atas Negeri 15 Bandung - High School Diploma

- First Rank in Overall Social Science Class (2019)
- Progam Indonesia Pintar Awardee (2016)
- Pikiran Rakyat Tuition Classes Scholarship Awardee (2016)

CERTIFICATES

MicroMentor by KEMENKOMINFO Mentoring Certificate

04/2022 - Present

Asean Coffee Federation Barista Certification Programme Level 1

09/2021 - Present

Test of English as a Foreign Language

10/2019 - 10/2021

SKILLS

Corel Draw

Google Docs Editor

Canva

Creative Writing

Adobe Creative Suite (Premiere Pro, Lightroom, Photoshop)

Communication

2 / 3