

## Attachment 1. Questionnaire

### KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Sebelumnya peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini yang di desain khusus untuk penelitian skripsi yang berjudul “ **The effect of halal food awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable**” dalam rangka syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Anda terpilih menjadi responden dalam pengumpulan data ini secara acak. Tidak ada penilaian benar atau salah dalam pengumpulan data ini sehingga peneliti mengharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Jawaban Anda akan diperlakukan dengan standar profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas Anda. Semua jawaban Anda akan dirahasiakan dan dipakai semata-mata hanya untuk keperluan penelitian ini.

Atas waktu dan partisipasinya, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Peneliti,

Inar Anggaraini

**Informasi Pribadi**

Instruksi: Isi atau berikan tanda ( x ) di depan jawaban yang berlaku untuk

Anda (satu jawaban untuk satu pertanyaan)

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki                      b.  
Perempuan
3. Usia : \_\_\_\_\_ Tahun
4. Latar Belakang Pendidikan :
  - a. SMA atau sederajat
  - b. Diploma
  - c. Sarjana (S1)
  - d. Master atau Magister (S2)
  - e. Lebih dari Master (S3)
5. Pendapatan Bulanan :
  - a. < Rp. 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
  - c. Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000
  - d. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000
  - e. > Rp. 4.000.000

### Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang merupakan jawaban yang mewakili Anda. Setiap item kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot / nilai sebagai berikut:

Pilihan Jawaban	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

### KESADARAN MAKANAN HALAL

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan memastikan produk makanan telah melalui penyembelihan yang syariah					
2	Saya hanya akan membeli produk jika saya tahu proses penyembelihannya					
3	Saya hanya akan membeli produk jika proses penyembelihannya mengikuti aturan Islam					
4	Saya akan memilih produk berdasarkan logo halal					
5	Saya menyadari perbedaan antara logo halal yang asli dan palsu					
6	Saya mengetahui dengan baik produk apa saja yang termasuk ke dalam makanan halal					
7	Setelah saya mengenali logo halal saya akan setia terhadap produk					

Source: Aziz and Chock (2012)

**KEPUTUSAN PEMBELIAN**

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Kualitas dan kehalalan produk menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan					
2	Pengetahuan tentang produk makanan menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan halal					
3	Logo halal dari MUI dan MUT memberikan rasa aman dalam mengonsumsi produk makanan					
4	Produk dengan logo halal telah dijamin kualitasnya					
5	Informasi tentang bahan-bahan produk makanan yang lengkap termasuk logo halal yang asli menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan					
6	Saya membeli produk makanan bersertifikat halal karena sesuai dengan syaria Islam					
7	Saya akan membeli produk makanan bersertifikat halal lagi di masa depan					
8	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk membeli produk makanan bersertifikat halal					

*Source: Ayuniyyah, Hafidhuddin, and Hambari (2018)*

**RELIGIUSITAS**

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya hanya ada satu Tuhan yaitu Allah SWT					
2	Saya percaya bahwa Muhammad SAW sebagai Nabi terakhir					
3	Saya percaya bahwa Al-Quran adalah wahyu dari Allah yang tidak pernah berubah					

4	Saya melakukan Shalat lima waktu setiap hari secara rutin					
5	Saya melakukan puasa setiap bulan Ramadhan secara rutin					
6	Saya membaca Al-Quran setiap hari					
7	Saya membayar zakat fitrah pada akhir bulan Ramadhan secara rutin					
8	Saya selalu berusaha menghindari kegiatan yang dapat menyakiti orang lain					
9	Saya membantu orang lain yang membutuhkan pertolongan					
10	Saya selalu berusaha bertindak jujur dan adil kepada setiap orang					
11	Saya berusaha untuk tidak mempermalukan orang lain					
12	Saya selalu mengikuti ajaran Islam dalam berhubungan dengan lawan jenis					
13	Saya selalu berusaha menjauhkan diri untuk tidak mengonsumsi barang yang dilarang oleh ajaran Islam					
14	Saya selalu berusaha menghindari perbuatan dosa kecil maupun besar					
15	Saya selalu berusaha mengikuti ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan					
16	Saya memahami pengetahuan dasar dan penting tentang Islam					
17	Saya merasa berdosa melakukan yang dilarang oleh ajaran Islam					
18	Saya merasa senang ketika melihat orang lain taat menjalankan ajaran Islam					
19	Saya memiliki rasa takut kepada Allah					
20	Saya merasa sedih dan tidak puas saat melakukan sesuatu yang bertentangan dalam ajaran Islam					
21	Saya berpuasa sunnah secara teratur contohnya : puasa senin dan kamis, puasa daud					

*Source: Nora dan Minarti (2016)*

## Attachment 2. Validity and Reliability Test

### Halal Food Awareness

		Halal Food Awareness
HA1	Pearson Correlation	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
HA2	Pearson Correlation	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
HA3	Pearson Correlation	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
HA4	Pearson Correlation	,583**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
HA5	Pearson Correlation	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
HA6	Pearson Correlation	,593**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
HA7	Pearson Correlation	,619**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
Halal Food Awareness	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	200

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,785	7

### Purchase Decision

		Religiosity
PD1	Pearson Correlation	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
PD2	Pearson Correlation	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
PD3	Pearson Correlation	,670**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
PD4	Pearson Correlation	,593**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
PD5	Pearson Correlation	,720**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
PD6	Pearson Correlation	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
PD7	Pearson Correlation	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
PD8	Pearson Correlation	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
Purchase Decision	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	200

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	8

**Religiosity**

		Purchase Decision
R1	Pearson Correlation	,170*
	Sig. (2-tailed)	,016
	N	200
R2	Pearson Correlation	,263**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R3	Pearson Correlation	,170*
	Sig. (2-tailed)	,016
	N	200
R4	Pearson Correlation	,532**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R5	Pearson Correlation	,394**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R6	Pearson Correlation	,597**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R7	Pearson Correlation	,513**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R8	Pearson Correlation	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R9	Pearson Correlation	,661**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R10	Pearson Correlation	,653**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R11	Pearson Correlation	,648**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R12	Pearson Correlation	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R13	Pearson Correlation	,569**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R14	Pearson Correlation	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R15	Pearson Correlation	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R16	Pearson Correlation	,587**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R17	Pearson Correlation	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R18	Pearson Correlation	,566**



	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R19	Pearson Correlation	,428**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R20	Pearson Correlation	,604**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
R21	Pearson Correlation	,529**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	200
Religiosity	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	200

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	21

### Attachment 3. Demographic Characteristics of Respondents

#### Demographic Characteristics of Indonesia Respondents

##### Gender

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Male	60	40,0	40,0	40,0
Female	90	60,0	60,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

##### Age

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-23	88	58,7	58,7	58,7
24-30	52	34,7	34,7	93,3
31-37	7	4,7	4,7	98,0
38-44	1	,7	,7	98,7
45-51	2	1,3	1,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

##### Educational Background

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid High School	55	36,7	36,7	36,7
Diploma	10	6,7	6,7	43,3
Bachelor's Degree	72	48,0	48,0	91,3
Master's Degree	11	7,3	7,3	98,7
Doctorate	2	1,3	1,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

**Income**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000	39	26,0	26,0	26,0
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	32	21,3	21,3	47,3
Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	26	17,3	17,3	64,7
Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	22	14,7	14,7	79,3
> Rp. 4.000.000	31	20,7	20,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

### Demographic Characteristics of Thailand Respondents

#### Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Male	22	44,0	44,0	44,0
	Female	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

#### Age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-23	10	20,0	20,0	20,0
	24-30	33	66,0	66,0	86,0
	31-37	4	8,0	8,0	94,0
	38-44	1	2,0	2,0	96,0
	45-51	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

#### Educational Background

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bachelor's Degree	20	40,0	40,0	40,0
	Master's Degree	25	50,0	50,0	90,0
	Doctorate	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

#### Current Income

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 1.000.000	3	6,0	6,0	6,0
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	4	8,0	8,0	14,0
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	4	8,0	8,0	22,0
	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	10	20,0	20,0	42,0
	> Rp. 4.000.000	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

#### Attachment 4. Descriptive Statistic

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HA1	200	2	5	4,24	,805
HA2	200	1	5	3,57	,990
HA3	200	1	5	4,12	,913
HA4	200	2	5	4,60	,709
HA5	200	1	5	3,35	1,325
HA6	200	1	5	4,12	,877
HA7	200	1	5	4,29	,848
Halal Food Awareness	200	1,71	5,00	4,0431	,62218
Valid N (listwise)	200				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
R1	200	2	5	4,60	,643
R2	200	2	5	4,50	,657
R3	200	2	5	4,62	,720
R4	200	1	5	4,20	,919
R5	200	2	5	4,47	,649
R6	200	2	5	4,59	,659
R7	200	3	5	4,69	,542
R8	200	2	5	4,49	,723
Purchase Decision	200	2,63	5,00	4,5211	,47582
Valid N (listwise)	200				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
R1	200	4	5	4,99	,100
R2	200	4	5	4,98	,122
R3	200	3	5	4,98	,199
R4	200	2	5	4,56	,699
R5	200	2	5	4,85	,457
R6	200	1	5	3,87	,898
R7	200	2	5	4,77	,565
R8	200	1	5	4,47	,701
R9	200	3	5	4,44	,632
R10	200	3	5	4,47	,625
R11	200	3	5	4,50	,634
R12	200	2	5	4,03	,811
R13	200	2	5	4,68	,565
R14	200	2	5	4,31	,752
R15	200	2	5	4,62	,563
R16	200	3	5	4,35	,632
R17	200	3	5	4,71	,479
R18	200	3	5	4,83	,385
R19	200	4	5	4,91	,294
R20	200	2	5	4,71	,517
R21	200	1	5	3,54	,913
Religiosity	200	2,95	5,00	4,5506	,32673
Valid N (listwise)	200				

**Hypothesis 1 Kategori Awareness of Halal Food**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Low	1	,5	,5	,5
	Moderate	14	7,0	7,0	7,5
	High	78	39,0	39,0	46,5
	Very High	107	53,5	53,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

## Attachment 5. Regression

### Model 1: Halal Food Awareness on Purchase Decision Indonesian Respondents

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667 <sup>a</sup>	,444	,441	,35107

a. Predictors: (Constant), Halal Food Awareness

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,592	1	14,592	118,392	,000 <sup>b</sup>
	Residual	18,241	148	,123		
	Total	32,833	149			

a. Dependent Variable: Purchase Decision

b. Predictors: (Constant), Halal Food Awareness

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,305	,205		11,269	,000
	Halal Food Awareness	,535	,049	,667	10,881	,000

a. Dependent Variable: Purchase Decision

**Model 2: Halal Food Awareness on Purchase Decision Thai Respondents****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 <sup>a</sup>	,316	,302	,41897

a. Predictors: (Constant), Halal Food Awareness

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,890	1	3,890	22,158	,000 <sup>b</sup>
	Residual	8,426	48	,176		
	Total	12,315	49			

a. Dependent Variable: Purchase Decision

b. Predictors: (Constant), Halal Food Awareness

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,975	,340		8,742	,000
	Halal Food Awareness	,413	,088	,562	4,707	,000

a. Dependent Variable: Purchase Decision



**Model 3: Halal Food Awareness on Purchase Decision and Religiosity as moderating variable**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,654 <sup>a</sup>	,428	,419	,36269

a. Predictors: (Constant), HA\*R, Religiosity, Halal Food Awareness

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,273	3	6,424	48,837	,000 <sup>b</sup>
	Residual	25,783	196	,132		
	Total	45,055	199			

a. Dependent Variable: Purchase Decision

b. Predictors: (Constant), HA\*R, Religiosity, Halal Food Awareness

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,739	1,517		1,146	,253
	Halal Food Awareness	,269	,388	,352	,693	,489
	Religiosity	,268	,339	,184	,791	,430
	HA*R	,026	,085	,192	,302	,763

a. Dependent Variable: Purchase Decision