



Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Penulis :
Egi Sri Lestari

**PENGARUH HALAL AWARENESS, LOKASI DAN CITRA PRODUK
TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN *STREET FOOD* HALAL
PADA GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Konsumen Kebab Arab Obama Di Kota Bengkulu)**



Editor :
Eka Sri Wahyuni, S.E., MM
Eeng Juli Efrianto, S.E., M.E

**PENGARUH *HALAL AWARENESS*, LOKASI DAN CITRA
PRODUK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN
STREET FOOD HALAL PADA GENERASI Z DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Kebab Arab Obama Di Kota
Bengkulu)**

(Artikel Jurnal)



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

OLEH:

EGI SRI LESTARI

2223130069

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWAT SUKARNO BENGKULU**

2026/1447 H



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51276-

51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfashengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul "Pengaruh Halal Awareness, Lokasi dan Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen Street Food Halal Pada Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Kebab Arab Obama di Kota Bengkulu)" yang disusun oleh :

Nama : Egi Sri Lestari

NIM : 2223130069

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 2 Juni 2026 M

16 Dzulhijjah 1447 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Eka Sri Wahyuni, SE., MM

NIP. 9770509200812014

Eeng Juli Efranto, S.E., ME

NIP. 199307052020121010

Mengetahui

Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah

Eeng Juli Efranto, S.E., M.E

NIP. 199307052020121010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172

Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfashengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul Judul "Pengaruh Halal Awareness, Lokasi, dan Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen Street Food Halal Pada Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Kebab Arab Obama Di Kota Bengkulu)" yang disusun oleh:

Nama : Egi Sri Lestari

NIM : 2223130069

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Juni 2026

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 18 Juni 2026 M

3 Muharam 1448 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dr. Idwal B. MA

Eeng Juli Efrianto, S.E., M.E

NIP. 198307092009121005

NIP. 199307052020121010

Pengaji I

Pengaji II

Dr. Idwal B. MA

Uswatun Hasnah, M.E

NIP. 198307092009121005

NIP. 199303082020122003

Mengetahui,
Dekan

Prof. Dr. Suwarjin, MA

NIP. 196904021999031004



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Pengaruh Halal Awareness, Lokasi, Dan Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen Street Food Halal Pada Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Kebab Arab Obama Di Kota Bengkulu)" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Farmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 2 Juni 2026 M
16 Dzulhijjah 1447 H

Mahasiswa
Yang Menyatakan



Egi Sri Lestari
NIM 2223130069

ABSTRAK

Pengaruh *Halal Awareness*, Lokasi, dan Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen *Street Food* Halal Pada Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Kebab

Arab Obama Di Kota Bengkulu)

Oleh Egi Sri Lestari, NIM 2223130069

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh halal awareness, lokasi, dan citra produk terhadap preferensi konsumen street food halal pada Generasi Z di Kota Bengkulu dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert kepada 100 responden. Data dianalisis menggunakan (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa halal awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen Generasi Z (path coefficient = 0,535; T-statistics = 5,267; p-value = 0,000) serta merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar dalam model ($f^2 = 0,397$). Selanjutnya, lokasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen (path coefficient = 0,208; T-statistics = 2,567; p-value = 0,010) dengan kontribusi yang relatif kecil ($f^2 = 0,049$). Citra produk turut berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen (path coefficient = 0,199; T-statistics = 2,848; p-value = 0,004) dengan ukuran efek yang tergolong kecil ($f^2 = 0,070$). Secara keseluruhan, model penelitian mampu menjelaskan sebesar 74,4% variasi preferensi konsumen ($R^2 = 0,744$), sehingga menunjukkan bahwa halal awareness, lokasi, dan citra produk secara simultan berpengaruh kuat terhadap preferensi konsumen Generasi Z. Dalam perspektif ekonomi Islam, temuan ini menunjukkan bahwa preferensi konsumsi Generasi Z tidak hanya

dipengaruhi oleh pertimbangan fungsional seperti kemudahan akses dan citra produk, tetapi juga oleh kesadaran untuk mengonsumsi produk yang halal dan thayyib sebagai wujud ketaatan terhadap syariat Islam. Dengan demikian, perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam mencerminkan upaya mewujudkan kemaslahatan (maslahah) dan mencapai kesejahteraan (falah) melalui pemilihan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kata Kunci: Kesadaran halal, lokasi, citra produk, preferensi konsumen, Generasi Z, *street food* halal, ekonomi Islam.



ABSTRACT

*The Influence of Halal Awareness, Location, and Product Image
on Consumer Preferences for Halal Street Food Among
Generation Z from an Islamic Economic Perspective (A Case
Study of Obama Arab Kebab Consumers in Bengkulu City)
By Egi Sri Lestari, Student ID 2223130069*

This study aims to analyze the influence of halal awareness, location, and product image on the preferences of Generation Z consumers regarding halal street food within an Islamic economic perspective. A quantitative approach was employed, utilizing Likert-scale questionnaires distributed to 100 respondents for data collection. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via the SmartPLS 4 software. The results indicate that halal awareness has a positive and significant influence on Generation Z consumer preferences (path coefficient = 0.535; T-statistic = 5.267; p-value = 0.000) and constitutes the variable with the greatest influence in the model ($f^2 = 0.397$). Furthermore, location also exerts a positive and significant influence on consumer preferences (path coefficient = 0.208; T-statistic = 2.567; p-value = 0.010), albeit with a relatively small contribution ($f^2 = 0.049$). Product image similarly has a positive and significant impact on consumer preferences (path coefficient = 0.199; T-statistic = 2.848; p-value = 0.004), with a small effect size ($f^2 = 0.070$). Overall, the research model explains 74.4% of the variation in consumer preferences ($R^2 = 0.744$), demonstrating that halal awareness, location, and product image simultaneously exert a strong influence on the preferences of Generation Z consumers. From an Islamic economic perspective, these findings indicate that Generation Z consumption preferences are shaped not only by functional considerations such as accessibility and product image but also by the awareness of consuming products that are

halal (permissible) and tayyib (wholesome/good) as an expression of obedience to Islamic Sharia. Thus, consumption behavior aligned with Islamic values reflects an effort to realize public interest (maslahah) and achieve well-being (falah) through the selection of products consistent with Sharia principles.

Keywords: Halal awareness, location, product image, consumer preferences, Generation Z, halal street food, Islamic economy.



MOTTO

وَلَسَوْفَ يُعْطِيكَ رَبُّكَ فَتَرْضَىٰ ﴿٥﴾

"Dan sungguh, kelak Tuhanmu pasti memberikan karunia-Nya kepadamu sehingga engkau menjadi puas."

(QS. Ad-Dhuha: 5)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikamti saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan."

(Boy Chandra)

"Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata tuhan, Prove them wrong"

PERSEMBAHAN

Setiap langkah dalam perjalanan ini tidak selalu mudah. Ada lelah yang dipendam, air mata yang disembunyikan, doa yang berulang kali dipanjatkan, serta harapan yang terus dijaga di tengah berbagai keraguan. Namun, atas izin Allah SWT dan berkat kehadiran orang-orang yang selalu memberikan cinta, doa, dukungan, serta kepercayaan, akhirnya karya sederhana ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, tugas akhir ini aku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Heladawati dan ayahku sofyan, terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan, serta dukungan yang selalu menguatkan langkahku hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena selalu menjadi tempat pulang terbaik di tengah lelahnya perjalanan. Semoga setiap usaha, cinta, dan harapan yang diberikan menjadi amal kebaikan dan Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, serta keberkahan kepada Mak dan Ayah.
2. Untuk dosen pembimbing tugas akhirku Ibu Eka Sri Wahyuni, MM. selaku pembimbing I dan Bapak Eeng Juli Efrianto, ME. selaku pembimbing II, terimakasih telah sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam terselesainya tugas akhir ini.

3. Untuk sahabat tersayang, Lia, Elvina, Radiah, dan Iin. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih atas dukungan, bantuan, tawa, cerita, dan semangat yang selalu diberikan di setiap proses yang tidak mudah. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasanku mampu bertahan dan menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga persahabatan ini tetap terjaga dan kita semua diberikan kesuksesan di jalan masing-masing.
4. Almamater UINFAS tempatku menggali ilmu yang ku banggakan.
5. Kepada penjual Kebab Arab Obama yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini.
6. *Last but not least*, Untuk diriku sendiri. Egi Sri Lestari, terima kasih telah berjuang sampai di titik ini. Terima kasih karena tidak memilih menyerah meskipun banyak hal terasa berat untuk dilewati. Setiap lelah, tangis, kecewa, dan doa yang pernah dipendam akhirnya terbayar dengan proses yang berhasil diselesaikan. Perjalanan ini mungkin tidak mudah, tetapi kamu berhasil membuktikan bahwa kamu mampu melewatinya. Hari ini, izinkan dirimu bangga karena sudah bertahan dan melakukan yang terbaik. *You did it, and I'm proud of you.*

KATA PENGANTAR

Sebagai puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Halal Awareness*, Lokasi, dan Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen *Street Food* Halal Pada Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Kebab Arab Obama Di Kota Bengkulu)” dapat di selesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program strata satu (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Khairuddin, M.Ag., selaku rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Prof. Dr. Suwarjin, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Eeng Juli Efrianto, ME., selaku Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Ibu Eka Sri Wahyuni, MM., dan Bapak Eeng Juli Efrianto, ME., selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing

dan senantiasa memberikan masukan serta saran dan semangat selama penyusunan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

5. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 02 Juni 2026 M
16 Dzulhijah 1447 H
Penulis,

Egi Sri Lestari
NIM 2223130069

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Penelitian Terdahulu	11
F. Sistematika Penulisan	20
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR ...	22
A. Perilaku Konsumen	22
1. Pengertian Perilaku Konsumen	22

2. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam	24
B. <i>Halal Awareness</i>	25
1. Pengertian <i>Halal Awareness</i>	25
2. Sumber Utama <i>Halal Awareness</i>	28
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Halal Awareness</i>	29
4. Indikator <i>Halal Awareness</i>	31
5. <i>Halal Awareness</i> Dalam Pandangan Islam	31
C. Lokasi.....	33
1. Pengertian Lokasi.....	33
2. Strategi Pemilihan Lokasi	35
3. Faktor Penentu Lokasi Usaha	35
4. Indikator Lokasi	37
5. Lokasi Dalam Pandangan Islam.....	37
D. Citra Produk	38
1. Pengertian Citra Produk	38
2. Unsur-Unsur Atribut Suatu Produk.....	40
3. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Produk.....	41
4. Indikator Citra Produk.....	42
5. Citra Produk Dalam Pandangan Islam	43
E. Preferensi Konsumen	45
1. Pengertian Preferensi Konsumen	45
2. Aspek-Aspek Dalam Preferensi Konsumen.....	47

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen	48
4. Indikator Preferensi Konsumen.....	48
5. Preferensi Konsumen Dalam Pandangan Islam	49
F. Keterkaitan Antar Variabel	50
1. Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terhadap Preferensi Konsumen	50
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Konsumen	52
3. Pengaruh Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen	54
4. Pengaruh <i>Halal Awareness</i> , Lokasi, dan Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen	55
G. Kerangka Berpikir Penelitian.....	57
H. Hipotesis penelitian.....	58
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	59
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	59
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	60
1. Populasi	60
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	60
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	62
E. Variabel dan Definisi Operasional	63
F. Teknik Analisis Data.....	66
1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	67

2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
BAB IV Hasil Dan Pembahasan	72
A. Deskripsi Data	72
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	72
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	74
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data	76
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	76
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	83
C. Pembahasan Hasil Penelitian	87
1. Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terhadap Preferensi Konsumen	87
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Konsumen	90
3. Pengaruh Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen	92
4. Pengaruh <i>Halal Awareness</i> , Lokasi, Dan Citra Produk Terhadap Preferensi Konsumen	94
Bab V PENUTUP	97
A. Simpulan	97
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	57
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tempat Penjualan Kebab Arab Obama	74
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	74
Gambar 4.3 Usia Responden.....	75
Gambar 4.4 Domisili Responden	76
Gambar 4.5 <i>Outer Model</i>	77
Gambar 4.6 <i>Outer Loadings</i>	78
Gambar 4.7 Convergent Validity melalui AVE.....	79
Gambar 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	80
Gambar 4.9 Nilai <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	81
Gambar 4.10 <i>Composite Reliability</i>	82
Gambar 4.11 Nilai R-Square	83
Gambar 4.12 Nilai f-Square	84
Gambar 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis	85

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Olah Data Smartpls 4
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 5 Form Persetujuan Dari Prodi/Jurusan
- Lampiran 6 Sk Pembimbing
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan
- Lampiran 8 Sk Izin Penelitian
- Lampiran 9 Sk Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 10 Lembar SKPI
- Lampiran 11 Sk Lulus Plagiarisme
- Lampiran 12 Loa Jurnal
- Lampiran 13 Biodata Penulis

