

SURAT TUGAS
NOMOR : 056/F.03.05/2024

Pimpinan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA memberi tugas kepada :

Pembimbing I :

1. Subhan El Hafiz, S.Psi., M.Si.
2. Fahrul Rozi, S.Pd., M.Si.
3. Puti Archianti, M.Psi., Psikolog.
4. Alvin Eryandra, S.Psi., M.Si.
5. Anissa Rizky Andriany, M.Psi., Psikolog.
6. Anisia Kumala Masyhadi, Lc., M.Psi., Psikolog.
7. Dewi Trihandayani, M.Psi., Psikolog.
8. Dr. Yulmaida Amir, MA.
9. Dra. Lila Pratiwi, Psi., M.Si.
10. Yulistin Tresnawaty, S.Psi., M.Si.
11. Abu Bakar Fahmi, S.Psi., M.Si.
12. Sitawaty Tjiptorini, MBA., M.Psi.
13. Ajheng Mulamukti Asih Pratiwi, M.Psi., Psikolog.
14. Mahesti Pertiwi, M.Psi., Psikolog.
15. Azizah Fajar Islam, S.Psi., M.Si.
16. Bahrudin, S.Sos., M.Psi.

Pembimbing II :

1. Ilham Mundzir, M.Ag.
2. Muhammad Abdul Halim Sani, M.Kesos.
3. Nurmalia, M.Psi., Psikolog.

Tugas : Membimbing Skripsi Mahasiswa Angkatan 2017, 2018, 2019 dan 2020 Fakultas Psikologi UHAMKA Tahun Akademik 2023/2024 (nama mahasiswa terlamapir)

Waktu : Disesuaikan dengan jadwal pembimbing

Tempat : Fakultas Psikologi UHAMKA

Demikian surat tugas ini diberikan agar dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sebagai amanah dan ibadah kepada Allah Subhanahu wata'ala.



Jakarta, 22 Rajab 1445 H
03 Februari 2024 M



Subhan El Hafiz, S.Psi., M.Si.

Tembusan Yth :

1. Wakil Dekan
2. Pimpinan Program Studi
3. KTU dan Kasubag
4. Arsip
Fakultas Psikologi UHAMKA

I	II
	

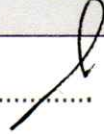




	UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA FAKULTAS PSIKOLOGI (FPSi)	Tgl Efektif : 1 Februari 2011
	<p align="center">BERITA ACARA SIDANG SKRIPSI / PUBLIKASI</p> Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi : Psikologi Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024	No. Dokumen : FM-AKM-03-040 No Revisi : 00

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas PSIKOLOGI (FPSi) Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Nomor : 576/F.03.04/2024, dinyatakan bahwa pada hari ini Senin, 1 Juli 2024 telah dilaksanakan sidang Publikasi jenjang pendidikan Strata Satu (S1) atas :

Nama Mahasiswa : **Syafa Alfina**
 NIM : 2008015192
 Judul : Pengaruh Religiositas Terhadap Motivasi Boikot Produk

Dihadapan tim penguji sidang skripsi, yang terdiri dari :

No	Nama Dosen	Penguji / Pembimbing	Tanda Tangan	Nilai
1	Subhan El Hafiz, S.Psi, M.Si	Penguji I	1 	80
2	Alvin Eryandra, S.Psi, M.Si	Penguji II	2 	80
3	Yulistin Tresnawaty, S.Psi, M.Si	Pembimbing I	3 	80

Dinyatakan : Lulus/Tidak Lulus *)
 Demikian Berita Acara ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 1 Juli 2024
 Ketua Program Studi

Puti Archianti W., M.Psi, Psikolog



LEMBAR PENGESAHAN

Artikel yang berjudul “Pengaruh Religiositas Terhadap Motivasi Boikot Produk” diajukan oleh Syafa Alfina dengan NIM 2008015192 telah berhasil dipertahankan di hadapan penguji dan direvisi sesuai dengan tim penguji dan pembimbing dalam sidang publikasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA pada Senin, 1 Juli 2024. Artikel ini dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
Yulistin Tresnawaty, S.Psi., M.Si	Pembimbing	
Subhan El Hafiz, S.Psi., M.Si.	Penguji I	
Alvin Eryandra, S.Psi., M.Si.	Penguji II	

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi UHAMKA

Subhan El Hafiz, S.Psi., M.Si.
NIDN : 0302107801



Pengaruh Religiositas Terhadap Motivasi Boikot Produk

Syafa Alfina^{a1*}, Yulistin Tresnawaty^{b2},

^aUniversitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12130, Indonesia

^bUniversitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12130, Indonesia

¹2008015192@uhamka.ac.id; ²yulistin_tresnawaty@uhamka.ac.id

<p>SEJARAH ARTIKEL Diterima: (diisi editor) Direvisi: (diisi editor) Disetujui: (diisi editor) Diterbitkan: (diisi editor)</p> <p>*Corresponding yulistin_tresnawaty@uhamka.ac.id</p> <p> 10.22219/satwika.v7i2.xxx  jurnalsatwika@umm.ac.id</p> <p>How to Cite: Alfina, S. & Tresnawaty, Y. (2024). Pengaruh Religiositas Terhadap Motivasi Boikot Produk. <i>Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial</i>, Vol (No), xx-yy. doi: (Diisi editor)</p>	<p>ABSTRAK</p> <p>Religiositas berperan penting dalam kehidupan seseorang, atas pilihan yang dibuatnya, dan apa yang dikonsumsi mereka. Religiositas yang tinggi menjadi salah satu faktor penting dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen, serta dapat menjadi pengaruh dalam kehidupannya. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiositas terhadap motivasi boikot pada produk yang diduga terafiliasi dengan Israel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS versi 25. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 150 responden berusia 18 – 40 tahun. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan non probability sampling berupa accidental sampling. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel religiositas adalah Religiosity Commitment Inventory – 10 yang dikembangkan oleh Worthington et al tahun 2003 dan alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi boikot adalah <i>Boycott Motivation Scale</i> yang dikembangkan oleh Klein tahun 2004. Berdasarkan uji validitas dan uji reliabilitas yang telah dilakukan pada variabel religiositas diperoleh nilai rhitung > rtabel maka dinyatakan valid dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.785 > 0.6. Pada variabel motivasi boikot diperoleh nilai rhitung > rtabel maka dinyatakan valid dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.908 > 0.6. Dengan demikian bahwa instrumen dari kedua variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara religiositas terhadap motivasi boikot dengan nilai signifikansi 0.005 p < 0.05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi religiositas individu maka semakin tinggi pula motivasinya untuk melakukan boikot.</p> <p>Kata kunci: Religiositas, Motivasi Boikot, Israel</p> <p>ABSTRACT</p> <p><i>Religiosity plays an important role in a person's life, the choices they make, and what they consume. High religiosity is an important factor in shaping consumer attitudes and behaviour, and can be an influence in their lives. So this study aims to determine the effect of religiosity on boycott motivation on products suspected of being affiliated with Israel. This research uses a quantitative approach. In this study, researchers used simple linear regression analysis with the help of SPSS version 25. The sample in this study amounted to 150 respondents aged 18-40 years. The sampling technique was carried out using a non-probability sampling</i></p>
---	--