



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Raya Bogor Km. 23 No. 99 Flyover Pasar Rebo, Jakarta Timur 13750 Telp. 082817055264, Telp/Fax. (021) 87796977
Website : <http://www.uhamka.ac.id>, Email : feb.uhamka@yahoo.com, Feb.uhamka@gmail.com

SURAT TUGAS

Nomor : **1241/FEB/KM/2026**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA menugaskan kepada :

Nama : Dr. Emaridial Ulza, SE., MA. sebagai pembimbing I
Dr. Deni Adha Akbari, SE., M.Si. sebagai pembimbing II

Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA :

Nama : **Muhammad Jihad Ar Rabbani**
N. I. M. : 2202025194
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Self Congruity dan Halal Label Terhadap Loyalitas Pelanggan Generasi Z pada Industri Fried Chicken Halal di JABODETABEK
No Telp/HP : 087838863054
Catatan : - Telah diseminarkan pada hari Jumat, 23 Januari 2026
- Batas akhir Pembimbingan Skripsi tanggal 23 Juli 2026
- Diperpanjang sampai dengan tanggal 23 Oktober 2026

Dengan Ketentuan sebagai berikut :

1. Melakukan tugas pembimbingan skripsi sesuai dengan pedoman penyusunan skripsi yang berlaku (tahun 2020).
2. Pembimbingan skripsi dilakukan dikampus FEB UHAMKA dan sebaiknya ada jadwal pembimbingan, serta minimal dari awal hingga akhir penulisan skripsi dilakukan 8 (Delapan) kali konsultasi (tertuang didalam lembar konsultasi skripsi).
3. Menandatangani dilembar konsultasi skripsi dan lembar persetujuan, bila proses pembimbingan skripsi telah berakhir, dan selanjutnya diajukan oleh mahasiswa ke ketua program studi untuk disetujui mengikuti ujian.
4. Apabila sampai dengan tanggal 23 Oktober 2026 belum menyelesaikan skripsi, akan dikenakan biaya administrasi.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wabillahit taufiq walhidayah,

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Jakarta, 1 Safar 1448 H
15 Juli 2026 M

a.n Dekan,
Wakil Dekan I,



Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc., Ph.D.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *SELF CONGRUITY* DAN *HALAL LABEL* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN GENERASI Z PADA INDUSTRI *FRIED
CHICKEN HALAL* DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Muhammad Jihad Ar Rabbani

2202025194

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

2026

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH *SELF CONGRUITY* DAN *HALAL LABEL* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GENERASI Z PADA INDUSTRI *FRIED CHICKEN HALAL* DI JABODETABEK**

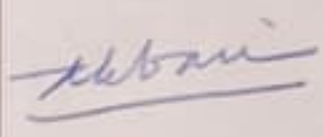
NAMA : **MUHAMMAD JIHAD AR RABBANI**

NIM : **2202025194**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2025/2026**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Emaridial Ulza, SE., MA.	
Pembimbing II	Dr. Deni Adha Akbari, SE., M.Si.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Arif Widodo Nugroho, S.E., M.M.

ABSTRAK

Muhammad Jihad Ar Rabbani (2202025194)

PENGARUH *SELF CONGRUITY* DAN *HALAL LABEL* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GENERASI Z PADA INDUSTRI *FRIED CHICKEN* HALAL DI JABODETABEK

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2026. Jakarta.

Kata kunci : *Self congruity*, *Halal label*, Loyalitas Pelanggan, Generasi Z.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Self congruity* dan *Halal label* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada industri *Fried chicken* halal di Jabodetabek. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan industri *Fried chicken* halal dan karakteristik Generasi Z yang menjadikan konsumsi sebagai bagian dari identitas diri. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun kesesuaian citra merek dengan konsep diri konsumen serta memperkuat kepercayaan melalui *Halal label* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 570 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Self congruity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($\beta = 0,454$; $t = 9,105$; $p = 0,000$). *Halal label* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($\beta = 0,418$; $t = 8,484$; $p = 0,000$). Nilai R^2 sebesar 0,661 menunjukkan bahwa 66,1% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh *Self congruity* dan *Halal label*, sedangkan 33,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian citra merek dengan konsep diri konsumen serta kredibilitas *Halal label* berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Generasi Z pada industri *Fried chicken* halal di Jabodetabek.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Raya Bogor Km. 23 No. 99 Flyover Pasar Rebo, Jakarta Timur 13750 Telp. 082817055264, Telp/Fax. (021) 87796977
Website : <http://www.uhamka.ac.id>, Email : feb.uhamka@yahoo.com, Feb.uhamka@gmail.com

CATATAN KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Jihad Ar Rabbani
NPM/NIM : 2202025194
Program Studi : S1 Manajemen
Dosen Pembimbing II : Dr. Deni Adha Akbari, SE., M.Si.

No.	Tanggal	Uraian Perbaikan	Paraf
1.	27 Maret 2026	Revisi Judul	
2.	2 April 2026	Revisi Bab I	
3.	12 April 2026	Revisi Bab II	
4.	5 Mei 2026	Revisi Bab III	
5.	24 Mei 2026	Revisi Bab IV	
6.	9 Juni 2026	Revisi populasi	
7.	9 Juli 2026	Revisi Bab V	
8.	17 Juli 2026	Acc sidang	

Jakarta, 17-7-2026

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing II

Arif Widodo Nugroho, S.E., M.M.

Dr. Deni Adha Akbari, SE., M.Si.