

ABSTRAK
PENGARUH KESADARAN HALAL, KEBIASAAN MEMBELI PRODUK HALAL, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Survei Pada Konsumen Kahf di Kabupaten Sleman)

NUR SAFRIAN AHMAD

NIM 141210246

nursafrianahmad@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Drs. Raden Hendri Gusaptono, M.M.

ABSTRAK

Penelitian mengenai pengaruh Kesadaran Halal, Kebiasaan Membeli Produk Halal, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk Kahf di Kabupaten Sleman dengan Religiusitas sebagai Moderasi. Menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner berbentuk Google Form yang disebarakan secara online kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan program SmartPLS 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Kahf. Kebiasaan Membeli Produk Halal juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu, Label Halal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Kahf di Kabupaten Sleman. Religiusitas berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian. Namun, Religiusitas memperlemah pengaruh Kebiasaan Membeli Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu, Religiusitas juga memperkuat pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk Kahf.

Kata Kunci: Kesadaran Halal, Kebiasaan Membeli Produk Halal, Label Halal, Keputusan Pembelian, dan Kahf.