

ABSTRAK

Shalsabilla Maharani, Nomor Mahasiswa 152220127, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian: “Pengaruh Religiusitas dan *Influencer* Halal terhadap *Purchase Intention* Konsumen Generasi Z pada Restoran yang Belum Memiliki Sertifikat Halal dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Generasi Z di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Pembimbing Keny Rahmawati.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran *influencer* halal dan tingginya religiusitas masyarakat Muslim, namun masih banyak konsumen yang mengunjungi restoran yang belum memiliki sertifikat halal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai keagamaan, informasi halal, dan niat pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh religiusitas dan *influencer* halal terhadap *purchase intention* melalui sikap sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini merupakan *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen Muslim Generasi Z di Kabupaten Sleman yang mengetahui atau pernah mengunjungi restoran yang belum memiliki sertifikat halal. Sampel sebanyak 390 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan *influencer* halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap, sedangkan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Sikap juga terbukti memediasi secara signifikan pengaruh religiusitas dan *influencer* halal terhadap *purchase intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas dan paparan *influencer* halal, semakin rendah sikap positif konsumen terhadap restoran yang belum memiliki sertifikat halal. Oleh karena itu, pelaku usaha restoran disarankan memprioritaskan pengurusan sertifikasi halal resmi sebagai upaya meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Religiusitas, *Influencer* Halal, Sikap, *Purchase Intention*, Restoran Belum Memiliki Sertifikat Halal.