

**NIAT BELI MASYARAKAT MUSLIM PADA MAKANAN DI
RESTORAN *ALL YOU CAN EAT* KOREA DAN JEPANG
BERSERTIFIKAT HALAL: PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK
HALAL, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN HALAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

Wildan Ramadhan

1704546

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

**NIAT BELI MASYARAKAT MUSLIM PADA MAKANAN DI RESTORAN
ALL YOU CAN EAT KOREA DAN JEPANG BERSERTIFIKAT HALAL:
PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIOSITAS, DAN
KESADARAN HALAL**

Oleh:

Wildan Ramadhan

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Wildan Ramadhan 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Niat Beli Masyarakat Muslim pada Makanan di Restoran *All You Can Eat* Korea dan Jepang Bersertifikat Halal: Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiositas, dan Kesadaran Halal” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Wildan Ramadhan

NIM 1704546

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Niat Beli Masyarakat Muslim pada Makanan di Restoran All You Can Eat Bersertifikat Halal : Pengaruh Pengetahuam Produk Halal, Religiositas, dan Kesadaran Halal

Penyusun : Wildan Ramadhan

NIM : 1704546

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, 16 Agustus 2023

Dosen Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., CFP

NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,



Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

NIP. 198010242005011001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si

NIP. 198406072014042001

Wildan Ramadhan, 2023

NIAT BELI MASYARAKAT MUSLIM PADA MAKANAN DI RESTORAN *ALL YOU CAN EAT* KOREA DAN JEPANG BERSERTIFIKAT HALAL: PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN HALAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM**
Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619,2002091,2002189 Fax. (022)2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 24 Agustus 2023
Nama : Wildan Ramadhan
NIM : 1704546
Judul Skripsi : Niat Beli Masyarakat Muslim pada Makanan di Restoran *All You Can Eat* Korea dan Jepang Bersertifikat Halal : Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiositas, dan Kesadaran Halal

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.	
2.	Fitranty Adirestuty, S.Pd., M.Si.	
3.	Rida Rosida, BS., M.Sc.	

Bandung, Agustus 2023

Dosen Pembimbing I,

Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., CFP
NIP: 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,

Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.
NIP: 196009191990031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,

Dr. Aas Nurayyah, M.Si
NIP: 198406072014042001

Wildan Ramadhan, 2023

NIAT BELI MASYARAKAT MUSLIM PADA MAKANAN DI RESTORAN ALL YOU CAN EAT KOREA DAN JEPANG BERSERTIFIKAT HALAL: PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN HALAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Wildan Ramadhan (1704546), “Niat Beli Masyarakat Muslim pada Makanan di Restoran *All You Can Eat* Korea dan Jepang Bersertifikat Halal: Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiositas, dan Kesadaran Halal”, di bawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., CFP dan Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat pengetahuan produk halal, tingkat religiositas, dan tingkat kesadaran halal terhadap niat beli masyarakat muslim pada makanan di restoran *all you can eat* Korea dan jepang bersertifikat halal. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan desain deskriptif kausalitas. Data penelitian dikumpulkan melalui survei yang dilakukan dengan menggunakan Google Form, dan data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan bantuan *software* SmartPLS 4. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan produk halal, tingkat religiositas, dan tingkat kesadaran halal memiliki pengaruh positif terhadap niat beli masyarakat muslim pada makanan di restoran *all you can eat* Korea dan jepang bersertifikat halal. Implikasi dari penelitian ini adalah meskipun ketiga variabel di atas memiliki pengaruh yang positif, masih diperlukan peningkatan pemahaman masyarakat, terutama yang beragama muslim, mengenai pentingnya memperhatikan kehalalan produk makanan dan minuman yang mereka konsumsi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi panduan bagi pemilik restoran untuk lebih mempromosikan dan mengedukasi pelanggan mengenai kehalalan produk yang mereka sajikan.

Kata Kunci: Niat Beli, Restoran All You Can Eat, Pengetahuan Produk Halal, Religiositas, Kesadaran Halal

Wildan Ramadhan (1704546), *“Purchase Intentions of Muslims on Food at Halal Certified Korean and Japan All You Can Eat Restaurants: Effects of Halal Product Knowledge, Religiosity, and Halal Awareness”*, under the guidance of Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., CFP and Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of halal product knowledge, religiosity, and halal awareness on the purchase intention of Muslims on food at halal certified Korean and Japan all you can eat restaurants. The approach used in this research is quantitative descriptive with causality descriptive design. The research data was collected through a survey conducted using the Google Form, and the collected data was analyzed using the SmartPLS 4 software. The results of the analysis show that the halal product knowledge, religiosity, and halal awareness have a positive influence on the purchase intention of Muslims on food at halal certified Korea and Japan all you can eat restaurants. The implication of this research is that even though the three variables above have a positive influence, it is still necessary to increase public understanding, especially those who are Muslim, regarding the importance of paying attention to the halal food and beverage products they consume. In addition, the results of this study can also be a guide for restaurant owners to further promote and educate customers about the halal products they serve.

Keywords: *Purchase Intention, All You Can Eat Restaurants, Halal Product Knowledge, Religiosity, Halal Awareness*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, petunjuk, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Niat Beli Masyarakat Muslim pada Makanan di Restoran *All You Can Eat* Korea dan Jepang Bersertifikat Halal: Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiositas, dan Kesadaran Halal**". Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabat yang setia menegakkan agama Islam.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah Swt. atas segala karunia dan berkah-Nya yang telah melimpah pada setiap langkah perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan. Masukan tersebut akan sangat berharga bagi penulis dalam mengembangkan dan memperbaiki penelitian di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat yang positif, baik dalam bidang akademik maupun praktis, terutama dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen Muslim terkait makanan halal di restoran *all you can eat* Korea dan Jepang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi pijakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik ini.

Bandung, Agustus 2023

Penulis,



Wildan Ramadhan

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil 'aalamiin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat serta karunia-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari betul bahwa ada orang-orang yang berjasa dibalik selesainya skripsi ini. Tidak ada persembahan terbaik yang dapat penulis berikan selain rasa ucapan terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu penulis. Oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak :

1. Orang tua tercinta dan tersayang, kepada Abi Thoha Mahsun dan Umi Eti Nurbayani yang selalu senantiasa memberikan perhatian, cinta, kasih sayang, do'a, dukungan, serta motivasi yang tiada henti untuk segera menyelesaikan skripsi. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Semoga Abi dan Umi selalu dalam lindungan Allah SWT diberikan kesehatan, keberkahan, dilapangkan rezekinya, umur yang panjang serta kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. dan Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus UPI.
3. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam (IEKI) yang telah, membantu, memotivasi dan memfasilitasi agar penulis segera menyelesaikan studi. Terima kasih banyak untuk segala perhatian, perjuangannya dan pengabdianya untuk Prodi IEKI.
4. Ibu Suci Apriliani, S.Pd. M.E.Sy., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama berkuliah di IEKI. Terima kasih atas ketulusan, kesabaran dan perhatian yang ibu berikan serta selalu memaklumi dan memaafkan semua kesalahan dari penulis selama masa perkuliahan ini. Semoga ibu

dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.

5. Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 dan Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., MA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan pada proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan serta kebahagiaan.
6. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si., Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., Ibu Suci Apriliani, S.Pd. M.E.Sy., Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., Ibu Rida Rosida, BS., M.Sc., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., Ibu Rumaisah Azizah, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd., M.Si., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., MA. selaku dosen pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai harganya, masukan, pemikiran dan tenaga selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan dalam berbagai macam hal bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi.
7. Ibu Lela dan Pak Hamidin selaku *Staff* Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak membantu dalam pembuatan surat – surat izin serta dan mengurus keperluan sidang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan serta kebahagiaan.
8. Pak Cecep yang sudah menjadi peran “Ayah” senantiasa mendorong dan memberikan motivasi kepada penyusun agar segera menyelesaikan skripsi. Terimakasih banyak sudah memberikan banyak tenaga, waktu, arahan, *support* dan perhatian dalam proses menyelesaikan studi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan serta kebahagiaan kepada Bapak dan keluarga.
9. Sahabat seperjuangan di kala suka dan duka selama perkuliahan. Faiz Daffa, Sera Nabila, Amelia Putri, Raihan, Dikri, Bey Berli, Rais, Zulafa, Ja Kasyfi, Sakti Alamsyah, Sigit, Imam, Iqbal, Ismail Aziz , dan masih banyak teman-

teman yang belum disebutkan. Yang senantiasa kebersamai setiap langkah perjuangan di UPI, memberikan semangat dan perhatian dari awal perkuliahan hingga penulis selesai mengerjakan skripsi. Semoga Allah SWT selalu menjaga ikatan persaudaraan kita dan memberikan kesehatan untuk kalian semua.

10. Teh Nispi dan Sera, yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing, membantu, dan berdiskusi dalam proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, keberkahan, dan kelancaran.
11. Sahabat “Tutor”, Fadel Ul Alam dan Naufaldi yang sudah menemani di masa akhir perkuliahan sehingga terasa lebih berwarna. Terimakasih banyak sudah menjadi bagian dari cerita perjalanan penulis sampai saat ini. Banyak sekali kenangan yang tidak akan penulis lupakan bersama kalian semua.
12. Sahabat kontrakan “Wibu” dan “Barbar”, Ramdan, Auk, Panji, Azy, Zamzam, dan Fadlul atas semua bantuan, kebaikan dan kehangatan selama ini. Terimakasih sudah bersama-sama tinggal di kontrakan serta menjadi penghibur dan sumber kebahagiaan selama menyelesaikan masa studi di Bandung.
13. Keluarga Besar IEKI khususnya angkatan 2017 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan banyak kenangan, pelajaran dan cerita selama perkuliahan. Sukses dan bahagia selalu untuk kalian semua.
14. Keluarga besar IEKI seluruh Angkatan yang telah menjadi teman berbagi dan belajar dalam proses studi.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan dan doanya untuk penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan sebaik – baiknya balasan dunia maupun akhirat yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	11
2.1 Telaah Pustaka	11
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	11
2.1.2 Konsep Niat Beli	13
2.1.3 Konsep Pengetahuan Produk Halal	16
2.1.4 Konsep Religiositas	20
2.1.5 Konsep Kesadaran Halal	23
2.1.6 Peran <i>Qadhi Hisbah</i> dalam Memastikan Produk Halal dan Thayyib	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Teoretis	35
2.3.1 Keterkaitan Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal terhadap Niat Beli Makanan di Restoran <i>All You Can Eat</i> Korea dan Jepang Bersertifikat Halal	35

2.3.2	Keterkaitan Variabel Tingkat Religiositas terhadap Niat Beli Makanan di Restoran <i>All You Can Eat</i> Korea dan Jepang Bersertifikat Halal	36
2.3.3	Keterkaitan Variabel Tingkat Kesadaran Halal terhadap Niat Beli Makanan di Restoran <i>All You Can Eat</i> Korea dan Jepang Bersertifikat Halal	38
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN		41
3.1	Objek Penelitian	41
3.2	Metode Penelitian.....	41
3.3	Desain Penelitian.....	41
3.3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	42
3.3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.4	Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Hasil Penelitian Deskriptif	57
4.1.1	Tingkat Pengetahuan Produk Halal (X1)	58
4.1.2	Tingkat Religiositas (X2).....	59
4.1.3	Tingkat Kesadaran Halal (X3)	61
4.1.4	Niat Beli Makanan di Resto <i>All You Can Eat</i> Korea dan Jepang Bersertifikat Halal (Y).....	63
4.2	Analisis Data dengan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (SEM-PLS).....	65
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	65
4.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
4.3	Pengujian dan Pembahasan	72
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		79
5.1	Simpulan	79
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	80
DAFTAR PUSTAKA		83

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	88
Lampiran 1. Instrumen Penelitian	89
Lampiran 2. Data Responden Penelitian	95
Lampiran 3. Hasil Skoring/Kategorisasi Angket Penelitian	106
Lampiran 4. Perhitungan Kategorisasi	109
Lampiran 5. Hasil Output dengan PLS-SEM.....	110
Lampiran 6. Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi.....	113
Lampiran 7. Catatan Bimbingan Skripsi	116
Lampiran 8. Plagiarism Checker	117
Lampiran 9. Surat Keputusan Ujian Sidang.....	119
Lampiran 10. Lembar ACC Perbaikan Draf Ujian Sidang Skripsi.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Restoran All You Can Eat Khas Korea dan Jepang Bersertifikat Halal di Kota Bandung Tahun 2023.....	3
Tabel 1.2	Pertanyaan dan Jawaban Prapenelitian	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Semantic Differential	45
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal	46
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Religiositas.....	46
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kesadaran Halal	47
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Niat Beli.....	47
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	48
Tabel 3.8	Kriteria Penilaian Total Skor Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal dan Tingkat Kesadaran Halal	50
Tabel 3.9	Kriteria Penilaian Total Skor Variabel Tingkat Religiositas dan Niat Beli	50
Tabel 3.10	Kriteria Penilaian Nilai Rata-rata Indikator Pertanyaan	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	57
Tabel 4.2	Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal	58
Tabel 4.3	Nilai Rata-rata Indikator pada Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Halal	59
Tabel 4.4	Kategori Variabel Tingkat Religiositas.....	60
Tabel 4.5	Nilai Rata-rata Indikator pada Variabel Tingkat Religiositas	61
Tabel 4.6	Kategori Variabel Tingkat Kesadaran Halal	62
Tabel 4.7	Nilai Rata-rata Indikator pada Variabel Tingkat Kesadaran Halal	62
Tabel 4.8	Kategori Variabel Niat Beli.....	64
Tabel 4.9	Nilai Rata-rata Indikator pada Variabel Niat Beli.....	64
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Konvergen sebelum Perbaikan.....	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Diskriminan sebelum Perbaikan.....	67
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Konvergen setelah Perbaikan.....	67

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan setelah Perbaikan	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>R-Square</i> (R^2).....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji F-Square (f^2)	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Q^2 (<i>predictive relevance</i>).....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengeluaran Konsumen Muslim Global per Sektor Industri Halal Tahun 2020	1
Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3.1 Model Penelitian	53
Gambar 4.1 Model Penelitian Setelah Penelitian	72

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire. *TPB Questionnaire Construction*.
https://www.researchgate.net/publication/235913732_Constructing_a_Theory_of_Planned_Behavior_Questionnaire
- al-Faruqi, I. R. (1986). *Cultural Atlas of Islam*. Macmillan.
- Allport, G. W., & Ross, M. J. (1967). Personal Religious Orientation and Prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Amalia Nofianti, K., & Nur Indah Rofiqoh, S. (2019). KESADARAN DAN LOGO HALAL: APAKAH MENENTUKAN MINAT BELI? (STUDI PADA PRAKTIKI BISNIS UMKM DI GRESIK). *Journal of Halal Product and Research*, 2(1).
- Astuti, Y., & Asih, D. (2021). Country of Origin, Religiosity and Halal Awareness: A Case Study of Purchase Intention of Korean Food. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0413>
- Aziz, M. A. A. A., Rashid, W. E. W., Osman, I., & Hassan, F. H. (2021). The Effect of Knowledge, Food Safety and Lifestyle Towards Consumers' Purchase Intention of Halal Food at Restaurant. *International Journal of Academic Research in Business & School Sciences*, 11(3).
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Budiarti, L., Feri Wijayanti, R., & Yulistyawati Evelina, T. (2019). PENGARUH HALAL CERTIFICATION DAN HALAL AWARENESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK GUNAAN. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 13(2).
- Cameron, R., Ginsburg, H., Westhoff, M., & Mendez, R. v. (2012). Ajzen's Theory of Planned Behavior and Social Media Use by College Students. *American Journal of Psychological Research*, 8(1).
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2012). *Psikologi Sosial (Revisi)*. UMM Press.

- DinarStandard, Indonesia Halal Life Center, & Bank Indonesia. (2021). *Indonesia Halal Market Report 2021/2022*. <https://isef.co.id/indonesia-halal-market-report/>
- Disastra, G. M., Suryawardani, B., Sastika, W., & Hanifa, F. H. (2020). Religiosity, Halal Awareness, and Muslim Consumers' Purchase Intention in Non-Food Halal Products. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(10), 813–828.
- Divianjella, M., Muslichah, I., & Ariff, Z. H. A. (2020). Do religiosity and knowledge affect the attitude and intention to use halal cosmetic products? evidence from Indonesia. *AJIM: Asian Journal of Islamic Management*, 2(2), 71–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/AJIM.vol2.iss2.art1>
- DUTA. (2021). *Literasi Produk Halal dan Sehat Masih Rendah, Dosen Unair Mengedukasi Masyarakat*. Duta.Co. <https://duta.co/literasi-produk-halal-dan-sehat-masih-rendah-dosen-unair-mengedukasi-masyarakat>
- Ernasari, R., Pambudi, D. E., Riana, A. D., Narayani, A. K., & Bestari, D. K. P. (2020). The Effect of Consumer Psychology, Halal Knowledge and Religiosity on Halal Purchase Decisions in Indonesia. *PalArch Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 525–551.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading*. Addison Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2009). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach* (1st ed.). Taylor & Francis Group. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Gabriella, S., & Kurniawati. (2021). Antecedent Halal Purchase Behavior. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 25–49. <https://doi.org/10.23917/benefit.v6i2.15492>
- Garg, P., & Joshi, R. (2018). Purchase intention of “Halal” brands in India: the mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 683–694. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2017-0125>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (1st ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Haque, M. G., & Hindrati, D. (2019). Investigating Awareness & Knowledge, Halal Logo and Religiosity Affecting Decision and Lifestyle to Consume Halal Culinary: Case Study of Three Indonesian Regions in Japanese Restaurant. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Ekonomika*, 12(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35384/jime.v12i1.172>

- Hasanah, A. I., Fauziah, R., & Kurniawan, R. R. (2021). Konsep Makanan Halal dan Thayyib dalam Perspektif Al-Qur'an. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/5ezdy>
- Karimah, N., & Darwanto, D. (2021). Effect of Halal Awareness, Halal Certification, Food Ingredients Composition, Halal Marketing and Religiosity on Purchase Intention of Imported Food Products. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 177–191. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.319>
- Listyowati, E. A., Suryantini, A., & Irham. (2020). The Influencing Factors of Customer Intention and Decision in Purchasing of Vegetables and Fruits By Online. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 66–76.
- LPPOM MUI. (2021, December 8). *Benarkah LPPOM MUI Meraup Triliunan Rupiah dari Sertifikasi Halal? Begini Penjelasannya !!* LPPOM MUI. <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/benarkah-lppom-mui-meraup-triliunan-rupiah-dari-sertifikasi-halal-begini-penjelasannya>
- LPPOM MUI. (2022). Halal is My Life: Menentramkan Umat. *Jurnal Halal*, 155.
- Mahliza, F., & Prasetya, P. (2021). Determining Purchase Intention in Halal Personal Care Product: Studi on Muslimah Millennial Generation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(2), 319–334. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.02.08>
- Mujahidin, A. (2012). Peran Negara dalam Hisbah. *Al-Iqtishad*, IV(1).
- Mursid, F., & Puspaningtyas, L. (2021, November 16). *Rendahnya Literasi Halal Indonesia*. *Republika*. <https://republika.co.id/berita/jurnal-haji/pojok-halal/r2o8e2313/rendahnya-literasi-halal-indonesia>
- Mutiara, Ichsani, & Saputra. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2).
- Mutmainah, L. (2018). The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Itifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.284>
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception toward Purchase Intention: A Study of Instant Noodle Consumption of College Student in Bandung. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31.
- Ozturk, A. (2022). The Effect of Halal Product Knowledge, Halal Awareness, Perceived Psychologicak Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention. *Business and Economics Research Journal*, 13(1).

- Prastiwi, Y. N. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Perilaku Pembelian Kosmetik Sari Ayu dengan Religiositas sebagai Variabel Moderating*.
- Pratama, Di. B., & Hartati, N. (2020). Pengaruh Literasi Halal dan Religiositas terhadap Konsumsi Produk Halal pada Mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i2.11024>
- Ramadhani, A., Fauzi, A., & Absah, Y. (2021). The Influence of Brand Awareness, the Knowledge and Halal Label on Purchase Decisions of Cosmetics Emina through to Reference Group as a Moderating Variable on the Generation Y and Generation Z in the City of Medan. *International Journal of Research and Review*, 8(1), 323–335.
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2).
- Ratih, I. S., Sinatrya, A. K., Jatnika, M. D., & Syamsiyah, N. (2021). Muslim-Consumers Behavior in Willingness to Buy Halal Food in Japan. *Ulul Albab: Jurnal Studi Dan Penelitian Hukum Islam*, 5(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/jua.v5i1.16345>
- Rizaty, M. A. (2021, December 17). *Pengeluaran Konsumen Muslim Dunia Terbesar untuk Makanan dan Minuman Halal*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/17/pengeluaran-konsumen-muslim-dunia-terbesar-untuk-makanan-dan-minuman-halal>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd. www.wileypluslearningspace.com
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60. <https://doi.org/10.5575/ijhar.v2i2.6657>
- Setiawati, L. M., Chairy, & Syahrivar, J. (2019). Factors Affecting Intention to Buy Halal Food by the Millennial Generation: The Meditating Role of Attitude. *DeReMa: Development of Research Management*, 14(2).
- Sudarti, K., & Lazuardi, R. D. (2018). Kontribusi Pengetahuan Produk Halal, Religiositas dan Sikap dalam Pembentukan Niat Beli. *Majalah Ilmiah Solusi*, 16(3), 14–31.
- Sudjana, N. (2017). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar* (21st ed.). Remaja Rosdakarya.
- Suryaputri, R. v., & Kurniawati, F. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Halal. *TARAADIN*, 1(1).

- Triana, U. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, dan Citra Merek Produk terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang)*.
- Usman, H., Projo, N. W. K., Wulansari, I. Y., & Fadilla, T. (2021). The Impact of Life Satisfaction, Quality Consciousness, and Religiosity on Customer Switching Intention to Halal Cosmetic. *AJBE: Asian Journal of Business Environment*, 11(3), 5–11. <https://doi.org/10.13106/ajbe.2021>
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiustias dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus pada Industri Makanan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1). <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.1.85-100>
- Warisan, J., & Harianto, A. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Restoran “All You Can Eat” di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1).
- Wiranda, P. (2019). *Peran Wilayatul Hisbah dalam Mengawasi Makanan Halalan Thayyiban (Studi Kasus Jajanan Pasar Banda Aceh)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Zakaria, M. (2017). Peradilan dalam Politik Islam (Al Qadhaiyyah Fis Siyasaah Assyar’iyyah). *HUKUMAH: Jurnal Hukum Islam*, 1(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.55403/hukumah.v1i1.70>
- Zaking, S. (2022, January). *MUI Beri Tanggapan Soal Sertifikasi Halal Hanamasa*. JAWAPOSTV. <https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/04/01/2022/mui-beri-tanggapan-soal-sertifikasi-halal-hanamasa/?page=2>