

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISA MENGENAI MINAT BELI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL DI KOTA BATAM

KELVIN
NPM: 1641120

ABSTRAK

Peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah label halal atau sertifikasi halal mempengaruhi minat beli masyarakat muslim di Batam. Variabel independen pada penelitian yang dilakukan merupakan *Subjective Norm* dan *Religiosity*. Variabel mediasi pada penelitian yang dilakukan merupakan *Attitude*. Serta variabel dependen pada penelitian ini merupakan *Purchase Intention*.

Sampel yang diambil dan digunakan pada penelitian yang sedang dilakukan adalah masyarakat muslim di kota Batam yang sering mengonsumsi makanan halal. Data yang telah dikumpulkan oleh peneliti adalah sebanyak 389 sampel akan tetapi sebanyak 123 data yang terkumpul tidak masuk kualifikasi dan 266 data yang dapat diolah oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan dengan proses pengujian menggunakan aplikasi Smart PLS.

Setelah penelitian ini diterapkan, data yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan memberikan hasil yaitu *Religiosity* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*, *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*, *Attitude* berpengaruh positif sebagai variabel mediasi *Subjective Norm* dan *Purchase Intention*, *Attitude* berpengaruh positif sebagai variabel mediasi *Religiosity* dan *Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Subjective Norm, Religiosity, Attitude, Purchase Intention*