

## BAB II LANDASAN TEORI

Niat yaitu suatu kesediaan konsumen untuk membeli barang, niat seseorang dibentuk dari suatu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian. Grand Theory sebuah kepercayaan seseorang dalam sebuah *Theory Of Planned Behavior* akan menjadikan sebuah keyakinan yang berdampak pada suatu niat membeli seseorang. *Theory of Planned Behaviour*, dan sikap tersebut menggambarkan evaluasi pembelian produk yang disukai atau tidak disukai, termasuk makanan halal. Keputusan membeli makanan halal dipengaruhi oleh sikap berdasarkan agama tentang pentingnya mengkonsumsi makanan halal.<sup>1</sup>

### A. Deskripsi Teori

#### 1. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal salah satu kegiatan dari lembaga MUI di Indonesia dimana mereka menguji dan memberikan suatu sertifikat bagi pelaku usaha. Sertifikasi halal adalah suatu bukti berupa sertifikat yang berisikan bahwa usaha maupun produk kita sudah bersertifikasi halal yang dikeluarkan oleh suatu lembaga obat pangan dan kosmetik (LPPOM-MUI) dengan informasi bahwa produk ini sesuai dengan hukum Islam. dan sertifikasi ini juga sebagai manuaktur label halal. Adapun UU No 33 Tahun 2014 mengenai jaminan kehalalan produk bagi perusahaan atasi masalah komunitas dengan menetapkan aturan yang sesuai dan sudah jelas peluncuran sertifikasi halal.

Sertifikat halal mempunyai bentuk suatu kehalalan produk. bersertifikasi halal. sertifikat halal dalam suatu usaha adalah sebagai bentuk suatu pengakuan lembaga bahwa produk yang kita jual itu halal dan dapat mendorong niat membeli seseorang sehingga perekonomian maupun pendapatan meningkat hal itu dirasa sangat baik dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memperkenalkan suatu produk halal bagi pelaku usaha maupun UMKM.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Bobby Indrawan et al., “The Influence of Attitude and Need for Cognition on Student’s Purchase Intention Behavior on Halal Food: Schools Clustering Perspective,” *Indonesian Journal of Halal Research* 4, no. 1 (2022): 26–34, <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i1.13092>.

<sup>2</sup> Nasrul Kahfi Lubis Tri Aulia, Muhammad Salman, “KECENDERUNGAN PENELITIAN MINAT ZAKAT DI JURNAL GOOGLE SCHOLAR TAHUN 2022 Tri Aulia Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2023).

Mendapatkan sertifikat halal, anda harus melalui proses yang ketat. Dari manufaktur hingga penjualan, semuanya adalah dua sisi dari mata uang yang sama dari penyaringan hingga perolehan sertifikasi halal. Proses sertifikasi halal membuat kami percaya bahwa produk dan barang dagangan kami dijamin halal, untuk dikonsumsi atau digunakan. Melalui sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh tentu saja otoritas terpercaya yang meningkatkan keamanan dan kepercayaan penerbitan produk.

Sertifikasi halal memiliki masa kadaluwarsa dan jika masa itu berakhir maka pelaku usaha harus mendaftarkan ulang untuk mendapatkan nomer sertifikasi halal yang baru. Dan surat sertifikat tersebut berlaku selama empat tahun dari masa diterbitkan yang diterbitkan oleh BPJPH (badan penyelenggara jaminan produk halal).<sup>3</sup> Bagi umat Islam, halal itu penting karena tidak dijamin. Dia menentang hukum Islam, perilaku halal karena hal-hal yang baik akan mendatangkan hadiah dan keberkahan, dari Undang-Undang (Jaminan Produk Halal) menjelaskan produk halal sebagai produk dinyatakan halal menurut syariah. Kapan jaminan kehalalan produk itu sendiri adalah kepastian hukum bahwa produk tersebut halal. Sertifikasi halal adalah kualitas halal produk yang disediakan oleh *Halal Organizing Committee Garansi* produk didasarkan pada informasi yang dikumpulkan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Label halal merupakan tanda status kehalalan suatu produk.<sup>4</sup> Label halal adalah label yang mengandung frase atau frase halal. Kemasan menunjukkan bahwa produk yang dimaksud dalam kondisi baik. Sebagai produk halal, pelabelan halal juga merupakan proses sebelumnya. Produser untuk klien mengacu pada informasi tentang fakta-fakta situasi produk yang aman dikonsumsi dan digunakan. Label Halal juga kami juga menjamin bahwa produk tersebut halal. Yakinkan pelanggan secara internal dan buat pilihan yang tepat sebelum melakukan keputusan pembelian.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Sutrisno et al., "Analysis Of The Role Of Product Quality And Visual Identity On Purchase Intention Of Packaged Tea Products Analisis Peran Kualitas Produk Dan Visual Identity Terhadap Purchase Intention Produk," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 6 (2022): 4129–38, <http://journal.yrpicpu.com/index.php/msej>.

<sup>4</sup> Lu'liyatul Mutmainah, "The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food," *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 1, no. 1 (2018): 33.

<sup>5</sup> Jennifer Brier and lia dwi jayanti, "No Title" 21, no. 1 (2020): 1–9, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>.

Salah satu pertimbangan penting saat membeli barang adalah sertifikasi halal.

Banyak restoran yang bermunculan di pasaran di negara-negara muslim membutuhkan sertifikasi produk halal untuk memastikan bahwa produk tersebut aman dan dapat dikonsumsi oleh pelanggan muslim, sertifikasi halal sangat penting dalam keputusan pembelian.<sup>6</sup> Hal ini diharapkan sertifikasi halal dapat memberikan sebuah kepercayaan kepada seorang pembeli mengenai produk yang diperjual belikan halal atau tidak dan diharapkan dapat memberikan suatu pemahaman mengenai produk tersebut halal kepada seluruh muslim maupun non muslim.

## 2. Kepercayaan (*Credence*) Halal

Kepercayaan Halal adalah tingkatan akan bentuk kepercayaan oleh pelanggan ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dan terdapat pengujian secara syariat islam, kepercayaan sangat penting dalam pembelian suatu produk halal. *credence characterictive* merupakan berupa sejenis produk yang tidak dapat dievaluasi, diuji, divalidasi, dan dideteksi secara akurat dan efektif oleh pembeli, bahkan setelah mereka melakukan pembelian dan setelah mereka menggunakan produk tersebut.

Memastikan bahwa pelanggan tidak lupa apa yang dapat mereka beli, di mana mereka dapat membeli, dan kapan mereka dapat membeli, pembeli biasanya menulis apa yang akan mereka beli sebelum mereka pergi ke minimarket atau warung dekat rumah. Jika konsumen membeli barang dengan label halal di atasnya dan nomor kode yang dikeluarkan oleh lembaga pemeriksa halal, konsumen akan lebih percaya pada label halal. Website LPPOM MUI berisi daftar nama barang yang telah menerima sertifikat halal, sehingga konsumen dapat menguji label halal yang ada pada barang tersebut. Konsumen akan lebih percaya pada label halal barang yang memiliki label halal dan nomor kode yang dikeluarkan oleh lembaga pemeriksa halal. Website LPPOM MUI berisi daftar nama barang yang memiliki sertifikat halal, sehingga pembeli dapat memeriksa label halal pada barang yang mereka beli. Dalam hal ini, penggunaan label

---

<sup>6</sup> Halal Certification, *Food Ingredients Composition, and Halal Marketing*, "Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Effect of Halal Awareness , Halal Certification , Food Ingredients Composition , *Halal Marketing and Religiosity on Purchase Intention of Imported Food Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis S*" 3, no. 2 (2021): 177-91, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.319>.

halal yang tidak sesuai dengan peraturan dapat menyebabkan konsumen beragama Islam merasa dirugikan dan terkecoh karenanya. Hal ini dilakukan karena konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan akurat tentang kondisi barang dan jasa. Jadi, jika klien menginginkannya perusahaan dapat dimintai pembayaran jika terjadi kerusakan. Kerugian dapat berupa pengembalian uang atau penggantian produk atau jasa sejenis atau jumlah yang sama.<sup>7</sup> Kepercayaan halal biasanya dimiliki oleh seseorang yang hendak membeli produk makanan halal karena mereka terpacu terhadap sebuah label halal yang sudah dikeluarkan oleh suatu lembaga dan diberikan kepada pelaku usaha tersebut, kepercayaan halal sangatlah tertanam pada diri seorang muslim, mengingat muslim diwajibkan memakan makanan halal maka dari itu suatu pemerintah membangun suatu lembaga yang mengesahkan produk halal yaitu MUI yang diharapkan masyarakat muslim tidak perlu khawatir apabila membeli makanan yang bersertifikasi halal.

### 3. Kesadaran Halal

Kesadaran halal adalah kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek. Setelah umat muslim memahami konsep halal, proses halal, dan prinsip-prinsip yang ada, makanan halal akhirnya menjadi makanan yang paling penting untuk dimakan. Konsumen muslim yang mengetahui bagaimana mencari dan mengonsumsi barang halal sesuai dengan hukum Islam disebut kesadaran halal.<sup>8</sup> Tentunya hal itu sangat penting bagi masyarakat muslim yang wajib memiliki suatu kesadaran yang ditanamkan pada diri bahwa pentingnya membeli makanan halal dan memakan makanan halal yang dapat memberikan suatu rahmat pada diri kita dan sehat bagi tubuh kita.

Akan tetapi kesadaran halal untuk akhir ini sangat meningkat meskipun ada terdapat dari sejumlah orang belum memiliki keadaaran terhadap akan pentingnya makanan halal yang harus ada pada diri seorang muslim, akan tetapi kesadaran halal itu biasanya tertanam sejak dini dan hanya diri sendiri yang bisa dilakukan. Akan tetapi sekarang banyak pelaku UMKM yang menjual makanan halal meskipun banyak makanan. Dari perspektif bisnis, pengetahuan halal berarti pengetahuan orang

---

<sup>7</sup> Abdul Syatar et al., “Pencantuman Labelisasi Halal Perspektif Masalah Mursalah Bagi Kepercayaan Konsumen” 2, no. 2 (2022): 84–97.

<sup>8</sup> Suroso, Hesty, “J. Bingkai Ekon.”

dalam. Makan produk yang tidak mengandung alkohol, daging babi dan turunannya. Dalam hal halal, pengetahuan berarti mengetahui dan memahami apa yang bermanfaat atau baik. Al Quran dan Hadits berbicara tentang apa yang haram atau baik menurut Islam.<sup>9</sup> Pentingnya kesadaran halal suatu muslim juga didasarkan terhadap pengetahuan serta pembelajaran secara turun temurun yang diajarkannya yang diharapkan tertanam sejak dini mengenai produk makanan halal.

#### 4. Niat Membeli

Niat membeli adalah keinginan yang memotivasi seseorang untuk membeli. Indikator beli membutuhkan ketertarikan dalam mencari suatu informasi dalam sebuah produk yang ingin dilakukan pembelian, berpikir untuk membeli produk, mencoba, ingin tahu tentang produk, dan ingin memiliki produk.<sup>10</sup> Membeli salah satu kegiatan yang dilakukan oleh dua orang yaitu penjual dan pembeli, niat membeli biasanya tertanam pada diri seseorang apabila mereka ingin membeli suatu barang tersebut akan tetapi barang tersebut sudah dicek dan dipertimbangkan sebelumnya.

Pembelian terkait dengan perilaku konsumen dalam hal niat membeli dan konsumsi. jenis khusus. Pikiran Pembelian meningkat karena mengetahui bahwa manfaatnya lebih berharga daripada harga yang bersedia dibayar pelanggan. beli mewakili tingkat pembelian aktual yang lebih tinggi.<sup>11</sup> Semakin tinggi tekad dalam mengambil keputusan, semakin besar peluang untuk mengambil tindakan atau sikap tersebut. Oleh karena itu, sikap memiliki peran penting dalam memengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk halal. Dengan kata lain, jika seseorang memiliki pandangan positif terhadap produk halal, hal ini akan sangat mempengaruhi keinginan mereka untuk membeli produk halal.<sup>12</sup> Niat seseorang dalam membeli produk halal sangatlah penting bagi seseorang dan apabila memiliki pandangan positif sangat berpengaruh niat membeli seseorang produk halal.

---

<sup>9</sup> Unung Triana, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 9, no. 2 (2021), <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7711>.

<sup>10</sup> Tjok Istri Sri Harwathy Gusti Ayu Sita Thakurani, Wayan Mendra, "Jurnal EMAS," *Jurnal Emas* 2, no. 1 (2021): 51–70.

<sup>11</sup> Pratama, Hamidi, and Cahyono, "The Effect of Halal Brand Awareness on Purchase Intention in Indonesia: The Mediating Role of Attitude."

<sup>12</sup> Andrew Jackson, "Foresight," *Drugs and the Future: Brain Science, Addiction and Society*, 2006, <https://doi.org/10.1016/B978-012370624-9/50005-0>.

## 5. Perilaku Membeli

Masyarakat berperilaku membeli barang dan jasa ekonomi dengan merencanakan, membeli, dan menggunakannya. Ada kemungkinan bahwa perilaku pembelian adalah komponen penting dari perilaku masyarakat. Keputusan pembelian konsumen selalu melibatkan beberapa aktivitas fisik (dalam bentuk aktivitas langsung konsumen melalui tahapan proses pengambilan keputusan pembelian) dan aktivitas mental (ketika konsumen menilai produk sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh individu).<sup>13</sup> Kesadaran dalam konteks syariah Islam merujuk pada pemahaman atau pengetahuan tentang makanan yang sesuai dan yang tidak sesuai untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Hal ini juga dapat bisa berpengaruh terhadap niat pembelian umat Islam dalam melakukan pembelian pada sebuah produk yang sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Dengan demikian, kesadaran syariah Islam dapat meningkatkan minat untuk membeli produk halal. Penelitian empiris menunjukkan bahwa kesadaran syariah Islam memoderasi niat pembelian dan perilaku konsumen terhadap produk halal.<sup>14</sup> Perilaku pembelian individu dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya :

### a) Faktor Kultural

Faktor kultural memiliki pengaruh yang sangat luas pada keinginan dan perilaku konsumen diantaranya :

- 1) Kebudayaan adalah faktor paling mendasar yang mempengaruhi dari bentuk akan perilaku manusia dan juga keinginan. Perilaku manusia dapat dipelajari secara luas, yaitu ketika tumbuh dalam suatu masyarakat, seseorang akan mempelajari nilai-nilai seperti: ambisi dan kesuksesan, efisiensi dan praktis, kemajuan, kemakmuran material, individualitas, kebebasan, kemanusiaan, kesehatan, serta kebugaran.
- 2) Subkultural setiap kebudayaan memiliki subkultur yang lebih kecil, atau kelompok orang yang memiliki sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang sama. Subkultur mencakup

---

<sup>13</sup> Suparyanto dan Rosad (2015, “KOMUNIKASI PERSUASIF UMKM SAAT MENAWARKAN PRODUK KERUPUK DALAM MENIMBULKAN PERILAKU MEMBELI KHALAYAK DI MASA PANDEMI (Studi Komunikasi Persuasif UMKM Saat Menawarkan Produk Kerupuk Kepada Pemilik Warung Makan Di Wilayah Jebres Surakarta),” *Suparyanto Dan Rosad (2015 5, no. 3 (2020): 248–53.*

<sup>14</sup> Sofyan Bachmid, “Peran Sedang Kesadaran Halal Dalam Hubungan Niat Membeli, Norma Pribadi, Dan Perilaku Pembelian Muslim” 10 (2022): 247–66.

kewarganegaraan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

b) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti lingkungan sosial mereka, status keluarga, dan norma sosial yang berlaku bagi mereka.

c) Aspek Personal

Kepuasan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh aspek personal, seperti usia konsumen dan fase siklus hidup, kepribadian dan pandangan diri.<sup>15</sup> Aspek pembelian :

- 1) Motif utama pembelian. Ini merujuk pada alasan yang mendasari pembelian.
- 2) Motif pembelian selektif. Ini berkaitan dengan pemilihan barang yang didasarkan pada pertimbangan rasional, seperti apakah ada manfaat yang diperoleh dari pembelian tersebut.
- 3) Motif pembelian patronase. Ini merupakan jenis motif pembelian selektif yang ditujukan kepada toko atau tempat tertentu. Keputusan untuk membeli di tempat tersebut bisa dipengaruhi oleh layanan yang memuaskan, lokasi yang dekat, ketersediaan barang yang memadai, dan faktor lainnya.<sup>16</sup>

Akan tetapi faktor perilaku membeli biasanya didasarkan kepada niat seseorang dalam membeli suatu barang maupun kebutuhan lainnya.

**B. Penelitian Terdahulu**

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti Terdahulu	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Boby Indrawan, Dkk, <i>He Influence Of Attitude And Need For Cognition On Student's Purchase</i>	Kepercayaan halal tidak berpengaruh Terhadap Perilaku Niat Membeli Mahasiswa	Perbedaan Pada Objek Penelitian Dan Kriteria Responden	Menggunakan Variabel Kepercayaan Halal, Menggunakan Penelitian Kuantitatif,

<sup>15</sup> sunarto, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE-UST, 2003).

<sup>16</sup> buchari alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2007).

	<i>Intention Behavior On Halal Food: Schools Clustering Perspective, Indonesian Journal Of Halal Research, 4, 1 (2022): 26-34</i>	Pada Makanan Halal		Dan Tema Produk Halal
2.	Rawin vongurai, <i>Determinants Of Halal Food Purchase Intention And Buying Behavior In Thai Muslim Consumers, Journal Of Community Development Research (Humanties And Social Sciences 2022;15(1)</i>	Kesadaran Halal Tidak Memiliki Pengaruh Langsung Yang Signifikan Terhadap Niat Beli Atau Pengaruh Tidak Langsung Terhadap Perilaku Membeli,	Perbedaan Pada Objek Penelitian,	Menggunakan Variabel Independen Dan Dipenden Yang Sama
3.	Riadi Budiman, <i>Factors Influencing Purchase Intention Of Halal Products In Pontianak City, Indonesian Journal Of Halal Research 1(2)(2019): 46-48</i>	Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan Mempengaruhi Niat Membeli	Perbedaan Pada Objek Penelitian	Menggunakan Variabel Independen Yang Sama Diantaranya Sertifikasi Halal, Dan Variabel Dipenden Yaitu Niat Membeli
4.	Devi Septiani, Dkk, <i>The Effects Of Halal Certification And Halal Awareness On Purchase</i>	Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Secara Parsial Berpengaruh	Terhadap Objek Penelitian	Menggunakan Variabel Independen Yaitu Sertifikasi Halal Dan

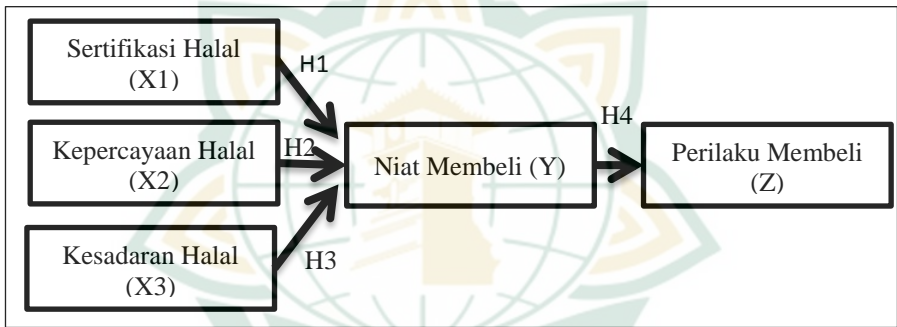


	<p><i>Intention Of Halal Food Products Indonesia, Indonesian Journal Of Halal Research, 2, 2 (2020): 55-60.</i></p>	<p>Positif Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Halal. Sementara Itu, Kedua Variabel Secara Bersamaan, Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal, Juga Berpengaruh Positif Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Halal.</p>		<p>Variabel Dipenden Yaitu Niat Membeli</p>
5.	<p>bdalla Mohamed Bashir ,<i>Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers ' purchase intention, , British Food Journal Vol. 121 No. 9, 2019.</i></p>	<p>Penelitian ini menemukan bahwa faktor (kesadaran halal, logo halal dan sikap) memiliki berpengaruh signifikan terhadap niat beli dan niat membeli berpengaruh terhadap perilaku membeli seseorang.</p>	<p>Perbedaan pada objek penelitian</p>	<p>Menggunakan variabel dependen dan independen</p>

**C. Kerangka Berfikir**

Penelitian sangatlah penting adanya kerangka berfikir untuk memudahkan para peneliti dalam menuliskan sebuah laporan dan menjalankan penelitian. kerangkang berfikir diartikan sebagai Konsep teoretis yang menghubungkan, mengaitkan, dan memperjelas hubungan, pengaruh, atau variabel satu sama lain dalam sebuah penelitian berdasarkan teori yang sesuai. berdasarkan suatu teori untuk menjelaskan dan menyelesaikan suatu permasalahan yang terjadi. dan membuat lebih detal dan mudah memahami suatu permasalahan yang terjadi.

Gambar 2.1  
Kerangka Berfikir



**D. Hipotesis**

Hipotesis adalah perkiraan suatu hasil penelitian akan tetapi harus dibuktikan terlebih dahulu melalui pengujian. pengujian disini merupakan proses suatu uji atau penelitian untuk mengetahui kebenarannya. hipotesis ini mengira suatu penelitian dengan sebuah uji selanjutnya sehingga mendapatkan suatu jawaban dari permasalahan penelitian.

Penelitian ini hipotesisnya diantaranya sertifikasi halal, kepercayaan halal, kesadaran halal terhadap suatu niat membeli seseorang dan niat membeli terhadap perilaku membeli, adapun hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh sertifikasi halal terhadap niat membeli suatu produk halal

Penelitian yang dilakukan Devi Septiani dkk, yang berjudul *The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia* tahun 2020 pada Penelitian ini termasuk dalam jenis kuantitatif dengan sampel sebanyak 105 responden muslim. dan dilakukan dengan menyebar kuisioner yang disebar di daerah surabaya

sasaran responden muslim. dan hasil penelitian ini menghasilkan sebuah jawaban bahwa sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh positif terhadap niat membeli produk makanan halal.

H1 : Sertifikasi halal dan kesadaran halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk makanan halal.

2. Pengaruh kepercayaan halal terhadap niat membeli suatu produk halal

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Bobby Indrawan, dkk, tahun 2022 yang berjudul *The Influence of Attitude and Need for Cognition on Student's Purchase Intention Behavior on Halal Food: Schools Clustering Perspective* Penelitian ini melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku PI dalam membeli makanan halal yaitu variabel independen HC. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 561 responden dengan latar belakang yang berbeda memberikan informasi yang komprehensif, responden dalam penelitian ini adalah siswa SMA, hasil riset penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel HC ditolak pada PI makanan halal dengan p-value HC lebih dari 5%. Artinya variabel tersebut tidak mempengaruhi PI responden terhadap makanan halal. metode yang digunakan metode kuantitatif dengan menyebar kuisioner yang telah diisi oleh 561.<sup>17</sup>

H2 : Diduga kepercayaan halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat membeli produk makanan halal.

3. Pengaruh kesadaran halal terhadap niat membeli suatu produk halal

Penelitian yang dilakukan oleh Rawin Vongurai menjelaskan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk makanan halal pada konsumen muslim Thailand, analisis data menggunakan kuesioner dengan menggunakan teknik multi-stage sampling dari metode probability dan non-probability sampling untuk memastikan keterwakilan Muslim Thailand di seluruh Thailand. analisis data pada penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dan *Structural Equation Model (SEM)*.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Indrawan et al., "*The Influence of Attitude and Need for Cognition on Student's Purchase Intention Behavior on Halal Food: Schools Clustering Perspective.*"

<sup>18</sup> Rawin Vongurai, "Determinants of Halal Food Purchase Intention and Buying Behavior in Thai Muslim Consumers," *Journal of Community Development Research ...* 15, no. 1 (2022): 27–41 <https://www.journal.nu.ac.th/JCDR/article/view/Vol-15-No-1-19>

H3: Diduga Kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli produk makanan halal.

4. Niat Membeli berpengaruh terhadap perilaku membeli produk makanan halal

Penelitian ini yang di lakukan bdalla Mohamed Bashi menemukan bahwa faktor (kesadaran halal, logo halal dan sikap) memiliki berpengaruh signifikan terhadap niat beli dan perilaku membeli. Berdasarkan hasil studi, logo halal dan sikap dengan nilai yang sama ditentukan sebagai faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi niat beli terhadap produk makanan halal, diikuti halal kesadaran. Akibatnya, hasil ini mengarah pada kesimpulan bahwa faktor-faktor ini baik untuk memprediksi dan mengukur niat pembelian dan perilaku pembelian. Ini mungkin atribut fakta bahwa konsumen asing cukup sadar dan cukup terdidik tentang halal konsep, serta manfaat makanan halal. Dengan memahami pembelian konsumen asing niat dan perilaku pembelian pada produk makanan halal khususnya, membantu keputusan tersebut pembuat di sektor industri makanan untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi secara signifikan perilaku konsumsi halal asing.<sup>19</sup>

H4 : Niat Membeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku membeli produk makanan halal.

---

2022-27-41%0Ahttps://www.journal.nu.ac.th/JCDR/article/download/Vol-15-No-1-2022-27-41/2015.

<sup>19</sup> Abdalla Mohamed Bashir, "Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention," *British Food Journal* 121, no. 9 (2019): 1998–2015, <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>.