

## ABSTRAK

### **Sarah Apriliani : Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal, dan Religiusitas Masyarakat Terhadap keputusan Pembelian Produk *Coffee Beer*.**

Pengetahuan halal, kesadaran halal serta religiusitas masyarakat terhadap keputusan pembelian suatu produk yang memang masih diragukan kehalalannya dapat bervariasi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik eksternal maupun internal. Masyarakat pun telah paham dan sadar akan pentingnya label halal pada suatu produk makanan ataupun minuman yang mereka konsumsi, bukan hanya sekedar bahan-bahan yang terkandung didalam makanan atau minumannya penamaan suatu produk pun mengandung arti yang bisa membuat masyarakat masih ragu untuk membelinya.

Tujuan penelitian ini untuk memahami bagaimana pengetahuan halal, kesadaran halal, dan religiusitas masyarakat terhadap keputusan pembelian produk *coffee beer* dan juga faktor apa saja yang dapat mempengaruhi variabel pengetahuan halal, kesadaran halal serta religiusitas masyarakat tersebut.

Kerangka berfikir pada penelitian ini merupakan narasi atau pernyataan tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan dalam sebuah penelitian untuk menentukan kejelasan dan faliditas proses penelitian secara keseluruhan. Penggunaan teori-teori yang relevan untuk membantu memahami dan menganalisis fenomena yang diteliti dan juga untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *Coffee Beer*

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan teknik *non-probability sampling*, yang dilakukan secara online melalui media sosial *WhatsApp* dan Instagram. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software* aplikasi SPSS Statistic Versi 26.0.

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini mayoritas masyarakat memiliki pengetahuan serta kesadaran dan religiusitas yang tinggi namun nilai terhadap melakukan keputusan pembelian produk *coffee beer* jika dihitung melalui uji T (Parsial) bernilai negatif, karena nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  hal tersebut disebabkan karena produk *coffee beer* masih belum memiliki label halal walaupun memang terbuat dari bahan yang halal hanya karna penamaannya saja. Sedangkan jika dihitung melalui uji F (Simultan) yang didukung oleh variabel lainnya maka hasilnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk *Coffe Beer* (Y).

**Kata Kunci:** Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas, keputusan Pembelian