

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu *simple random sampling* dengan sampel berjumlah 388 orang. Teknik analisis data menggunakan Metode *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM – PLS) Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) Kesadaran Halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai regresi 0,558 dan tingkat signifikansinya 0,000. (2) sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai regresi 0,131 dan tingkat signifikansinya 0,009. (3) kesadaran halal dan sertifikasi halal secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansinya 0,000, lebih kecil dari $< 0,05$ dan Nilai F hitungnya 67,754, nilai F hitung $> F$ table. Jadi kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan dan positif baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal dan Keputusan Pembelian