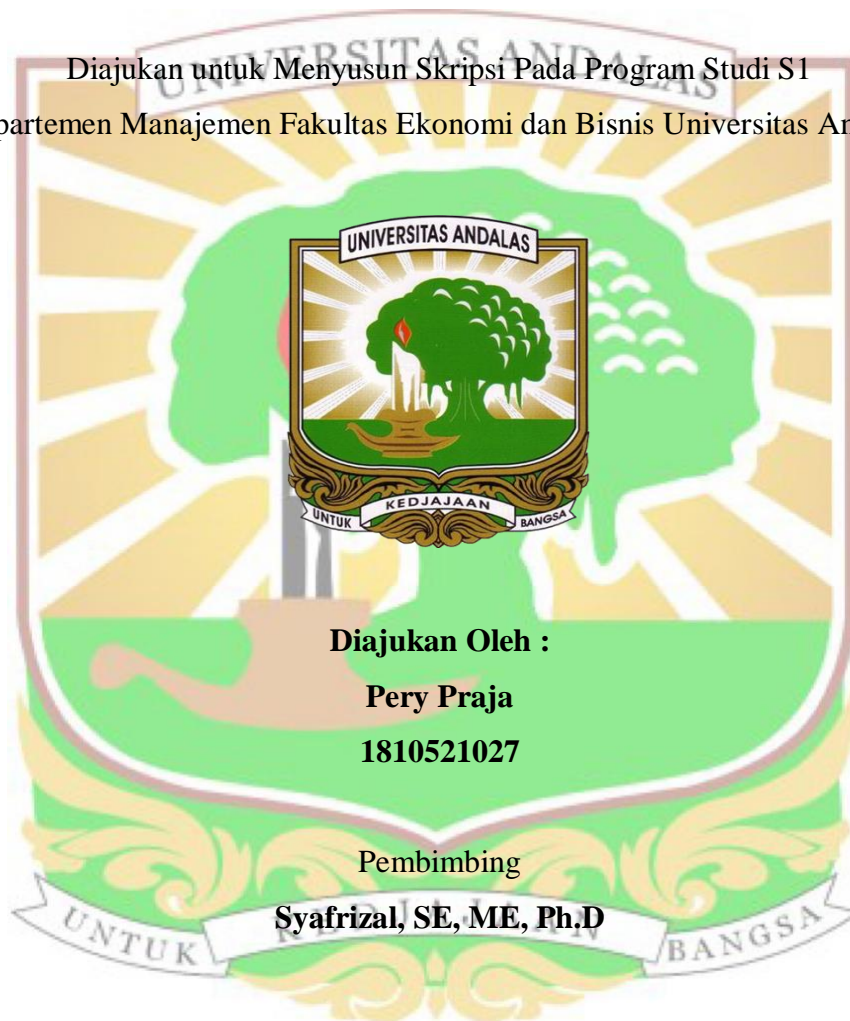


PENGARUH *RELIGIOSITY* , *HALAL AWARENESS* , *HALAL CERTIFICATION* , DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* KOREAN BBQ POHAJJANG PADANG

(Studi Pada Masyarakat di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada Program Studi S1
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Pery Praja

1810521027

Pembimbing

Syafrizal, SE, ME, Ph.D

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**



No. Alumni Universitas	Pery Praja	No. Alumni Fakultas
------------------------	-------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir : Sorong/16 February 2000 b) Nama Orang Tua : Thomas Darman dan Elpina c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) NIM : 1810521027 f) Tanggal Lulus : 28 Desember 2022 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,54 i) Lama Studi : 4 Tahun 4 Bulan j) Alamat Orang Tua : Gang Mulya, Desa Arah Tiga, Kecamatan Lubuk Pinang, Kabupaten Mukomuko, Provinsi Bengkulu.

PENGARUH RELIGIOSITY, HALAL AWARENESS, HALAL CERTIFICATION DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION KOREAN BBQ POCHAJJANG PADANG (STUDI PADA MASYARAKAT DI KOTA PADANG)

Skripsi oleh Pery Praja
Pembimbing : Syafrizal, SE, ME, Ph.D

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *religiosity*, *halal awareness*, *halal certification* dan *social media marketing* terhadap *purchase intention* Korean BBQ Pochajjang Padang (studi pada masyarakat di Kota Padang). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dan juga *offline* melalui google form dan menyebarkan secara langsung kepada 150 responden. Kuesioner diukur dengan menggunakan Skala Likert 1-5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan *Microsoft Excel* dan *software SmartPLS* versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *religiosity*, *halal awareness*, *halal certification* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*, sedangkan variabel *social media marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* Korean BBQ Pochajjang Padang.

Kata Kunci : Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, Social Media Marketing, Purchase Intention

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 28 Desember 2022

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Syafrizal, SE, ME, Ph.D	Agriqisthi, SE, MM	Chairunnisya, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
NIP. 19710624200641007

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: