

**PENGARUH *SELF IDENTITY* DAN *SUBJECTIVE NORM* TERHADAP *HALAL AWARENESS* DAN *PURCHASE INTENTION* MELALUI *HALAL TRACEABILITY*
SEBAGAI MODERASI**

(Studi Pada *Modest Fashion* Etnik Lokal di Sumatera Barat)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana

Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Oleh :

Novela Reskesia

NIM : 1910521042

Dosen Pembimbing

Meuthia, SE, M.Sc

DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

2023



No. Alumni Universitas	Novela Reskesia	No. Alumni Fakultas
------------------------	-----------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir : Lubuak Sianok/05 Desember 2001 b) Nama Orang Tua : Fahrizal c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 1910521042 f) Tanggal Lulus : 17 Juli 2023 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,67 i) Lama Studi : 4 Tahun j) Alamat Orang Tua : Jalan Tengku Sasak, Pasaman Barat

Pengaruh *Self Identity* dan *Subjective Norm* terhadap *Halal Awareness* dan *Purchase Intention* dengan *Halal Traceability* sebagai Moderasi (Studi Pada *Modest fashion* Etnik Lokal di Sumatera Barat)

Skripsi oleh: Novela Reskesia
Pembimbing : Meuthia, SE, M.Sc

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh langsung *self identity*, dan *subjective norm* terhadap *halal awareness* dan *purchase intention* serta yang dimoderasi oleh *halal traceability* pada *halal modest fashion* etnik lokal Sumatera Barat. Sampel penelitian ini adalah 230 masyarakat Indonesia yang berusia 17 tahun yang beragama Muslim dan *Non Muslim* yang mengetahui *halal modest fashion* etnik lokal Sumatera Barat. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan software Microsoft Excel dan Smart PLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *halal awareness*, *halal awareness* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *halal traceability*, dan *halal awareness* dan *halal traceability* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *purchase intention*. Serta *self identity* tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap *halal awareness* dan *halal traceability* tidak memoderasi pengaruh antara *halal awareness* dan *purchase intention*.

Jumlah kata kisaran antara 150-200 kata

Kata Kunci : *Self identity*, *subjective norm*, *halal awareness*, *halal traceability*, dan *halal modest fashion*.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 17 Juli 2023

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Meuthia, SE, M.Sc	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM	Dr. Suziana, SE, MM, PhD

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, PhD
NIP. 197106242006041007

Tanda Tangan

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

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