

**PENGARUH *KNOWLEDGE* DAN *RELIGIOSITY* TERHADAP *HALAL*
PURCHASE INTENTION DENGAN *HALAL CONSUMER AWARENESS*
SEBAGAI MEDIASI PADA KULINER MINANG SUMATERA BARAT
(Survey pada Masyarakat Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Maha Fatih Naufal Ansory

2110521026

Dosen Pembimbing :

Suziana, S.E., M.M., Ph.D.

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

**PENGARUH *KNOWLEDGE* DAN *RELIGIOSITY* TERHADAP *HALAL PURCHASE INTENTION* DENGAN *HALAL CONSUMER AWARENESS* SEBAGAI MEDIASI PADA KULINER MINANG SUMATERA BARAT
(Survey pada Masyarakat Indonesia)**

Maha Fatih Naufal Ansory, Suziana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *knowledge* dan *religiosity* terhadap *halal purchase intention* dengan *halal consumer awareness* sebagai mediasi pada kuliner Minang Sumatera Barat. Sampel penelitian ini merupakan individu yang merupakan masyarakat Indonesia yang pernah mengetahui informasi tentang kuliner halal Minang Sumatera Barat sebanyak 150 responden. Pengelolaan data penelitian dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *knowledge* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *halal purchase intention* dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase intention* ketika dimediasi oleh *halal consumer awareness*, dan variabel *religiosity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase intention* dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *halal purchase intention* ketika dimediasi oleh *halal consumer awareness*.

Kata Kunci: *knowledge, religiosity, halal consumer awareness, halal purchase intention*

**THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE AND RELIGIOSITY ON HALAL
PURCHASE INTENTION WITH HALAL CONSUMER AWARENESS AS
MEDIATION IN WEST SUMATRA MINANG CUISINE**

(Survey on Indonesian Society)

Maha Fatih Naufal Ansory, Suziana

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of knowledge and religiosity on halal purchase intention with halal consumer awareness as mediation in West Sumatra Minang culinary. The sample of this study is an individual who is an Indonesian citizen who has known information about West Sumatra Minang halal culinary as many as 150 respondents. Research data management was carried out using SmartPLS 4.0 software. The results showed that the knowledge variable has a positive and insignificant effect on halal purchase intention and has a positive and significant effect on halal purchase intention when mediated by halal consumer awareness, and the religiosity variable has a positive and significant effect on halal purchase intention and has a positive and significant effect on halal purchase intention when mediated by halal consumer awareness.

Keywords: **knowledge, religiosity, halal consumer awareness, halal purchase intention**